

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**



**TESIS DOCTORAL**

**Génesis y evolución de la revista gastronómica en España: de la  
publicación de recetas a la especialización y consolidación de la revista  
gastronómica contemporánea**

**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR**

**PRESENTADA POR**

**Nuria Blanco Hernández**

**Directoras**

**M<sup>a</sup> Jesús Casals Carro  
Yanet Acosta Meneses**

**Madrid, 2018**

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



# Génesis y Evolución de la Revista Gastronómica en España

*De la publicación de recetas a la especialización y consolidación de la  
revista gastronómica contemporánea*

TESIS DOCTORAL PARA OPTAR AL GRADO  
DE DOCTOR PRESENTADA POR

**Nuria Blanco Hernández**

Directoras

M<sup>a</sup> Jesús Casals Carro y Yanet Acosta Meneses

MADRID, 2016  
© Nuria Blanco Hernández





UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



# **Génesis y Evolución de la Revista Gastronómica en España**

*De la publicación de recetas a la especialización y consolidación de la  
revista gastronómica contemporánea*

TESIS DOCTORAL PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR  
PRESENTADA POR

**Nuria Blanco Hernández**

Directoras

M<sup>a</sup> Jesús Casals Carro y Yanet Acosta Meneses

MADRID, 2016

© Nuria Blanco Hernández



La culminación de este trabajo supone el punto final de un extraordinario viaje. Por eso quiero agradecer de manera especial el apoyo de las personas que durante el mismo me han proporcionado aliento. A todos ellos, gracias de todo corazón. Gracias a mi familia: Alejandro, Lucía, Amador y Teresa, a mi hermano Daniel y a mi amiga María Pérez Parra.

Quiero hacer una mención específica a mis directoras de tesis. A María Jesús Casals por su constante apoyo y guía desde que fuera mi profesora hasta la dirección y culminación de este trabajo, y a Yanet Acosta. También a Javier Fernández del Moral y Rafael Ansón, directores del curso *Periodismo Gastronómico y Nutricional de la UCM*, quienes durante este tiempo apostaron por los estudios superiores en relación con la gastronomía desde uno de sus lados más importantes, el periodismo, pues conecta directamente con la sociedad. Gracias por su apoyo y por haberme confiado clases y coordinación de esta a penas recién nacida titulación.

Gracias a Reyes López y a Mayte Díaz, gracias en realidad a todo el Grupo Gourmets. Gracias también a Rodrigo García Fernández, Cathy Boirac, Pilar Molestina, Jesús Flores y Fernando Sánchez Gómez, por su predisposición y ayuda. A Sonia Fuentes, Raquel Cuenca, Ana Luzuriaga, Myriam Garrido, y, especialmente a Jacobo Gavira por su escucha, siempre activa, y su amistad. Gracias también a todos cuyos trabajos académicos se inspiran en la comida, a los cocineros y cocineras que, mencionados aquí o no, nos hacen más felices. A esos padres, madres, tíos, tías, abuelos, abuelas, amigos, etc., por habernos enseñado a cocinar y habernos transmitido el amor por la cocina y el respeto a la comida.

Gracias a todos aquellos escritores y periodistas que han huido de la comodidad que brinda la actualidad, pues algunos de sus trabajos son historia y constituyen, aún hoy, fuente de energía. A las gentes que mucho antes de nosotros se ocuparon de la información de la alimentación y la cocina. Y gracias a las personas que a pesar de todas las dificultades hacen posible la investigación.

Este trabajo que están a punto de leer ha sido una asignatura pendiente en las Facultades de Ciencias de la Información. Este trabajo es a un tiempo investigación, recopilación histórica y homenaje; con el mismo se pone fin al que durante mucho tiempo ha sido para mí un injusto vacío académico. Me van a permitir cerrar estas líneas con una copa de vino, ese alimento emocional y culto con el que he construido buena parte de estas páginas, y que tanto aliento me ha proporcionado en este solitario y duro viaje. Espero que estas páginas, apenas gota dentro de un posible mar, sirvan para ampliar y animar otras investigaciones académicas; y contribuyan a colocar las letras sobre gastronomía donde se merecen en una sociedad empeñada en ir hacia adelante sin mirar atrás.

A su salud, y a la mía.  
Madrid, 13 de septiembre de 2016.  
Copa en mano, *Coltrane* sonando.



# ÍNDICE

<b>Resumen .....</b>	<b>9</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>13</b>
<b>Parte I. Introducción .....</b>	<b>17</b>
Objeto de estudio y Justificación .....	19
Marco Teórico.....	24
Objetivos de la investigación.....	41
Metodología y Diseño de la investigación .....	45
<b>I. Fase exploratoria .....</b>	<b>46</b>
I.I Revisión documental y bibliografía previas .....	46
I.II Clasificación y Categorización.....	50
<b>II. Fase descriptiva .....</b>	<b>53</b>
II.I Selección y análisis del objeto de estudio .....	53
<b>Parte II. Periodismo y Gastronomía .....</b>	<b>57</b>
<b>Capítulo 1. Evolución y contexto del periodismo gastronómico español.....</b>	<b>59</b>
<b>1.1 Aproximación a la historia del periodismo gastronómico en España .....</b>	<b>61</b>
1.1.1 Pícaros, costumbristas y románticos .....	63
1.1.2 El artículo de costumbres .....	69
1.1.3 El artículo de costumbres y la nota gastronómica.....	74
1.1.4 Primeras informaciones sobre agricultura. Periodismo agrario, un paso necesario .....	87
1.1.5 Algunos nombres referentes en el periodismo gastronómico español .....	95
1.1.6 Auge de los contenidos gastronómicos .....	109
1.1.6.1 Medios de comunicación contemporáneos .....	109
<b>1.2 Periodismo especializado en gastronomía .....</b>	<b>129</b>
1.2.1 Origen y razón del periodismo especializado. Atomización social y ciencia .....	131
1.2.2 Relaciones entre ciencia y gastronomía.....	138
1.2.2.1 Observación multidisciplinar y transversal de la gastronomía .....	143
1.2.3 Periodismo gastronómico: especialidad periodística del siglo XXI.....	145
1.2.3.1 Gastronomía y especialización periodística .....	150
1.2.3.2 Características generales del periodismo especializado en gastronomía .....	156
1.2.4 Fotografía gastronómica: el gran condimento .....	169

1.2.4.1 Antecedentes vinculados al arte.....	171
1.2.4.2 De las ilustraciones y el arte a la imagen fotográfica en blanco y negro .....	176
1.2.4.3. Industria alimentaria y publicidad: fotografía gastronómica contemporánea .....	183
1.2.4.4 La fotografía gastronómica y sus subgéneros .....	187
<b>Capítulo 2. Alimentación, Cultura y Gastronomía.....</b>	<b>195</b>
<b>2. 1 Alimentación y gastronomía .....</b>	<b>197</b>
2.1.1 Del hombre, la alimentación y la gastronomía .....	203
2.1.2 Qué entendemos por gastronomía.....	208
2.1.3 Qué es un gastrónomo .....	223
<b>2. 2 Gastronomía y Cultura .....</b>	<b>231</b>
2.2.1 De la comida como cultura .....	231
2.2.2 La gastronomía como fuente de transmisión cultural .....	245
2.2.3 Cocina, Cultura, Arte y Diálogo .....	259
2.2.4 Arte y Gastronomía.....	264
2.2.4.1 La gastronomía como expresión artística: estética, diálogo y sentimientos .....	264
2.2.4.2 Apuntes sobre el universo creativo de Ferran Adrià.....	284
<b>Parte III. La Revista Gastronómica en España .....</b>	<b>291</b>
<b>3. 1 La revista .....</b>	<b>293</b>
3.1.1 Definición y concepto .....	295
3.1.2 Especificidades de la revista .....	301
3.1.3 Mercado de revistas. Cuestiones generales .....	303
3.1.4 Segmentación y especialización de la revista .....	305
3.1.5 Revistas de cocina y gastronomía. Propuesta de división y clasificación .....	309
<b>3. 2 Génesis y evolución de la revista gastronómica en España .....</b>	<b>315</b>
3.2.1 Recopilación de cabeceras gastronómicas y culinarias publicadas en España.....	317
3.2.2 Revista de cocina y revista gastronómica: categorización .....	321
3.2.3 Criterios de selección de las cabeceras gastronómicas analizadas .....	323
3.2.4 Antecedentes de la publicación gastronómica periódica.....	328
3.2.4.1 De la misa al azúcar. Almanaque Histórico Bucólico Dulcísimo.....	328
3.2.4.2 Recetas, recuerdos y periodistas. Ángel Muro y su almanaque .....	332
3.2.5 Cocina y algo más. Modelos híbridos de publicación gastronómica .....	339
3.2.5.1 La Mesa Moderna, apuesta por la tradición en la cocina.....	339
3.2.5.2 El Menú y la influencia de la cocina francesa .....	346
3.2.5.3 Ignacio Doménech y la elegancia en la cocina. Erudición, divulgación y armonía ..	353
3.2.5.4 Menaje. De la cocina a la doctrina y la ilustración femenina de postguerra .....	357

3.2.5.5	Paladar. El brillo de la cocina en la Segunda República .....	367
3.2.5.6	Marmitón. Patriotas en la cocina .....	381
3.2.6	Publicaciones para el profesional de la cocina.....	387
3.2.6.1	El Gorro Blanco o el profesional actualizado del nuevo siglo .....	387
3.2.6.2	La cocina artística y casera. Manual periódico del obrero culinario .....	399
3.2.7	Revistas coleccionables. La publicación culinaria por entregas.....	405
3.2.7.1	La perfecta cocinera.....	407
3.2.7.2	Paladar. Enciclopedia del buen comer .....	413
3.2.8	Revista gastronómica contemporánea .....	421
3.2.8.1.	Club de Gourmets. Desde 1976 en el quiosco.....	421
3.2.8.1.1	1976. Transición y libertad, también en la cocina .....	422
3.2.8.1.2	Una mesa para la historia .....	441
3.2.8.1.3	Mesa y revista se consolidan .....	454
3.2.8.1.4	La gran alianza. Turismo y gastronomía de la mano .....	464
3.2.8.2	El Almanaque de los golosos y las guapas de Xavier Domingo .....	531
3.2.8.2.1	Xavier Domingo: aires políticos, desafío gastronómico .....	531
3.2.8.2.2	Los Golosos y las Guapas: aquellos ‘locos’ ochenta .....	538
3.2.8.3	Galimberti, el club del vino y el despegue de Vinoselección.....	547
3.2.8.4	Bouquet. Proyecto enoperiodístico frustrado .....	555
3.2.8.4.1	El viaje del vino a la gastronomía y la promoción .....	567
3.2.8.5	Gastronomía y Enología.....	575
3.2.8.6	El Pipiripao. Mención a una excepción de formato y contenido.....	583
3.2.8.6.1.	Genio radiofónico impreso. Luis Bettónica y Máximo Fernández .....	584
3.2.8.7	El impulso gastrointelectual de Gran Reserva .....	587
3.2.8.7.1	El vino entre artistas, bodegas y cocina(s).....	590
3.2.8.8	Sobremesa, la conversión de una publicación de vinos .....	609
3.2.8.9	Del tecnovino al equilibrio entre copa y mantel.....	659
3.2.8.9.1	Vino, viña y gastronomía .....	663
3.2.8.9.2	Vino + Gastronomía .....	669
3.2.8.10	Con toque europeo. Los cocineros se organizan, toman la palabra y escriben....	691
3.2.8.10.1	Eurotoques .....	691
3.2.8.10.2	Papeles de Cocina .....	695
3.2.8.11	Archigula, o el ‘digest’ gastroliterario de Ana Lorente.....	701
3.2.8.12	Viandar. Producto, entorno y factor humano .....	707
3.2.8.13	Cocina Futuro .....	721
3.2.8.13.1	Tecnología, higiene y legislación sobre la mesa .....	723
3.2.8.13.2	De la colectividad profesional a la familiaridad entre públicos .....	727



3.2.8.13.3 Cocina Futuro, “magazine” profesional .....	731
3.2.8.13.4 Cocina Futuro, filosofía y bosquejo de un eslogan .....	737
3.2.8.13.5 Recta final del proyecto. Algo más que un adiós editorial .....	745
3.2.8.14 Gastronautas .....	755
3.2.9 Spain Gourmetour, modelo de proyección gastronómica nacional .....	761
3.2.10 Culto a la alta cocina. Apicius, Cuaderno de Gastronomía .....	773
3.2.10.1 Apicius, el nuevo notario de la cocina .....	776
3.2.11 Propuestas de futuro y continuidad .....	789
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>791</b>
<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>815</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>831</b>

# Resumen

Resumen de la Tesis Doctoral

## **GÉNESIS Y EVOLUCIÓN DE LA REVISTA GASTRONÓMICA EN ESPAÑA**

Texto en español

La tesis doctoral *Génesis y Evolución de la Revista Gastronómica en España* aborda por primera vez los antecedentes, irrupción y posterior consolidación de las revistas gastronómicas en soporte papel que se han editado en España, desde el siglo XIX hasta principios del siglo XXI. Se trata del primer trabajo que con carácter de recopilación y ordenación histórica explora y analiza la temática gastronómica a través de publicaciones propias del ámbito periodístico. Es decir, a través de la revista culinaria y más tarde de la propia especializada en gastronomía, de la que reivindica el contenido cultural ligado a la alimentación. La investigación ofrece el análisis pormenorizado de los modelos de publicaciones que en base a la temática culinaria fueron editadas en nuestro país, desde finales del siglo XIX para avanzado el siglo XX, culminar con la definición del modelo de revista gastronómica contemporánea del siglo XXI.

La presente tesis doctoral supone también un avance sustancial sobre la historia del periodismo en sentido más general, dado que consigue contextualizar la temática gastronómica dentro del ámbito periodístico a través del artículo de costumbres, del que parte para alcanzar siglos más tarde la consolidación de una especialidad periodística propia. Pero también desde la propia especialidad periodística ya que observa, por primera vez, con visión de conjunto y de manera ordenada, el fenómeno revista culinaria de finales del XIX hasta principios del XX, donde se incluyen elementos que darán pleno sentido al término gastronomía y que posibilitan la gestación de publicaciones propias de esta especialidad periodística años más tarde.

Este trabajo consigue recopilar 312 publicaciones entre revistas de temática culinaria y revistas de temática gastronómica. De ellas, ofrece el análisis pormenorizado de 31 cabeceras que representan el tipo de publicaciones disponibles e influyentes, del que quedan excluidas las publicaciones corporativas, aquellas que fueron gestadas en empresas de publicidad y/o comunicación y los suplementos dependientes de cabeceras mayores.

La investigación se ha llevado a cabo durante cuatro años en los que se ha servido del material localizado en la Hemeroteca Municipal de Madrid y la Biblioteca Nacional, donde previa comprobación con el resto de organismos nacionales susceptibles de contener publicaciones relevantes -hemerotecas y bibliotecas a través de consultas en línea-, se comprueba que son las dos anteriores las que contienen las publicaciones más antiguas y principales conforme al primer requisito que debían cumplir, es decir, con representación en todo el territorio nacional -cabeceras cuyos ejemplares era posible encontrar en el conjunto de la geografía española, aspecto al que se ciñe la investigación-. En total, se han examinado algo más de 1.200 ejemplares pertenecientes a las 31 cabeceras seleccionadas y analizadas de manera específica.

El trabajo se divide en dos bloques temáticos coincidentes con la materia principal de la que se ocupa: el periodismo especializado en gastronomía y la revista gastronómica especializada.

Para la realización del estudio preliminar y posterior análisis se ha optado por el modelo de investigación no experimental sin manipulación deliberada de variables, al que se añade la dimensión longitudinal -dimensión temporal prolongada y acotada- centrado en la observación del material a estudiar, para posteriormente poder determinar la evolución, desarrollo, relaciones y/o influencias.

Para la gestión, recopilación y clasificación del material se ha utilizado el programa gestor de referencias bibliográficas Zotero, los propios programas gestores de documentación de los centros desde los que parte el material analizado, así como la confección de tablas personalizadas en formato Excel. Asimismo, en aquellas cuestiones que precisaban determinados datos, se ha consultado con periodistas implicados y todavía en activo, así como a algunos directores de publicaciones a quienes, o se les envió un cuestionario vía mail, o se les realizó una entrevista personal.

Previo a lo anterior este trabajo contempla un marco teórico propio con el que se alcanza la magnitud del fenómeno a estudiar en sus conexiones con la temática que la protagoniza, con la gastronomía, y con el vehículo transmisor responsable de su conexión con la sociedad, aspecto que a su vez se divide en: periodismo como especialización, y, formato revista como canal específico de divulgación en el que es posible hablar de cultura.

Es decir, se ha seleccionado y combinado bibliografía editada por autoridades académicas en relación con el periodismo, así como por reconocidos autores académicos y/o literarios y del ámbito del periodismo que han aportado trabajos o ensayos relevantes, independientemente del área de conocimiento que predomina en su obra, siempre y cuando en los mismos abordasen el fenómeno gastronómico, la alimentación y/o el sentido del gusto en una triple perspectiva: cultural, sociológica y psicológica; las vinculaciones de la comida con el desarrollo de implicaciones intelectuales del ser humano así como el estudio de las relaciones de la gastronomía con determinadas expresiones artísticas y filosóficas; prestando también atención a la bibliografía concreta que contempla teoría e historia de la gastronomía; las bases de la antropología de la alimentación y el origen de la nutrición.

*Génesis y Evolución de la Revista Gastronómica en España* consigue llenar el vacío académico que hasta ahora suponía por parte de las Facultades de Ciencias de la Información el estudio profundo de las publicaciones periodísticas especializadas en gastronomía desde una perspectiva formal y académica. Asimismo contribuye a ampliar el conocimiento sobre esta parte de la historia del periodismo, al tiempo que arroja luz sobre la materia culinaria y gastronómica registrada, en distintas épocas, en nuestro país.



# Abstract

Summary of Doctoral Thesis

## **THE EMERGENCE AND DEVELOPMENT OF THE GASTRONOMIC MAGAZINE IN SPAIN**

English text

The doctoral thesis *The Emergence and Development of the Gastronomic Magazine in Spain* is the first of its kind to address the background, creation and subsequent consolidation of gastronomy magazines in printed format that have been published in Spain, from the 19th Century up to the start of the 21st Century. This is the first such work of a collective nature, historically ordered in order to explore and analyse the subject of gastronomy as seen through its own journalistic publications. In other words, through specialist gastronomic magazines where there is a link between cultural content and food. This research offers a detailed analysis of the types of culinary-based publications that were published in this country, from the end of the 19th Century and well into the 20th, culminating with the definitive model of the contemporary 21st Century gastronomic magazine.

This doctoral thesis also represents a substantial advance in the history of journalism in a more general sense, given that it manages to contextualise the subject of gastronomy within the journalistic environment by means of custom articles of the time, which were a point of departure that culminated, centuries later, in the consolidation of its own specialised field of journalism. However, it is also significant from the point of view of this specialised area of journalism itself, given that it observes, for the first time, in a unified and orderly manner, the phenomenon of the culinary magazine from the late 19th Century up to the start of the 20th Century, where elements that give full meaning to the term gastronomy are included, and which have enabled the creation of its own specialist journalistic publications years later.

This work consisted of collecting 312 publications, from culinary-based to gastronomy related magazines. Of these, it provides a detailed analysis of 31 of the most representative and influential periodicals available at the time, excluding corporative

publications, those created by advertising and/or marketing agencies and supplements included in other publications.

This research was carried out over four years, using material located in the Municipal Newspapers and Periodicals Library of Madrid and the National Library, where prior investigation of the remaining national organisms likely to contain relevant publications - newspaper and periodical libraries by means of online consultation - revealed that these contained the oldest and most important publications which met with the first requirement, i.e., that they were represented at a national level - periodicals whose editions could be found throughout Spanish territory, a vital aspect to the research. In total, over 1,200 publications were examined from the 31 journals selected, and these underwent specific analysis.

The work was divided into two themed sections, each one corresponding to their main subject of interest: journalism specialising in cuisine, and the specialist gastronomic magazine.

For the preliminary survey and subsequent analysis, it was decided to use the non-experimental research model with no deliberate manipulation of variables, to which was added a longitudinal dimension - a temporary dimension, prolonged and limited - focussed on the observation of the material to be studied, in order to subsequently determine the evolution, development, relationships with and/or influences of the magazines.

For the administration, collection and classification of the material, the bibliographical reference administrative programme Zotero was used, and the document administration programmes used by the centres providing the material to be analysed, as well as creating personalised tables in Excel format. In addition, in those areas requiring specific data, certain periodicals of interest which are still active were consulted, as well as the directors of certain publications, who were sent a questionnaire by email, or interviewed personally.

Prior to the above, this work takes into consideration a personal theoretical framework with which to accomplish the magnitude of the phenomenon to be studied in connection with the subject matter involved, i.e., with gastronomy, and with the medium

responsible for communicating it to society at large, an aspect which can be subdivided into: specialised journalism and the magazine format as a specific means of communication in which it is possible to talk of culture. In other words, a combination of literature edited by academic authorities in relation to journalism was selected, as well as that by recognised academic and/or literary writers and from a journalism background who have published relevant articles or essays, independent of the area of expertise that predominates in their works, as long as these dealt with the subject of gastronomy, food and the sense of taste in a triple perspective: cultural, sociological and psychological; the links between food and the development of intellectual abilities in human beings as well as the study of the relationship between gastronomy and the expression of certain artistic and/or philosophical ideals; with special attention to the specific literature that deals with the theory and history of gastronomy; and the basics of the anthropology of food and sources of nutrition.

*The Emergence and Development of the Gastronomic Magazine in Spain* will be able to fill the current lack of an academic in-depth study of journalistic publications specialising in gastronomy, which was hitherto assumed by the Faculty of Information Sciences, from a formal and academic perspective. It will in addition contribute to a broader knowledge of this area in the history of journalism, at the same time as it sheds light on the culinary and gastronomic material recorded, in different eras, in this country.





## Parte I. Introducción



## Objeto de estudio y Justificación

El investigador Felipe Fernández-Armesto recoge en su libro *Historia de la comida* (Fdez-Armesto, 2001), la anécdota sobre Lord Northcliffe, el gran magnate de la prensa británica, quien según narra el historiador solía arengar a su plantilla (y al conjunto de periodistas en general) con parsimoniosos discursos en los que describía los más sinceros intereses de la empresa y sus audiencias. Viniendo de Lord Northcliffe podemos suponer, sin conocerlas aún, que sus palabras tenderían a centrarse en el modelo de negocio. Y en parte así era. En concreto aludía el magnate a cuatro elementos básicos en los que basaba la clave de su éxito: “[...] cuatro son los temas que garantizan el interés perdurable de los lectores: delincuencia, amor, dinero y comida”, (Fdez-Armesto, 2001:11).

Lo que nos interesa de la anécdota anterior en esta ocasión son únicamente dos cosas: el contexto del sector empresarial en el que fueron pronunciadas, la empresa periodística -hoy ampliamente diversificada por la multiplicidad de soportes y sus posibilidades a la hora de actualizar y divulgar la información gracias a la tecnología digital en su vertiente más positiva-; y el manifiesto interés de los lectores por uno de esos temas, la comida.

Respecto al resto de temáticas, sabemos que la delincuencia despierta gran interés en un público que de por sí demuestra una naturaleza morbosa; una delincuencia que cobra protagonismo y aumenta su presencia en los medios de comunicación en función de la espectacularidad del suceso y la presentación del mismo, de sus imágenes y protagonistas.

Los temas relacionados con el amor han evolucionado de la aristocracia con su dulzura de noviazgos y bodas reales, para ampliar enfoques y productos. A día de hoy forman parte de una habitual crónica rosa, en el mejor de los casos, y de espacios obscenos en su vertiente más radical en el peor de todos ellos, donde el soporte televisivo con sus programas y formatos es clamorosamente vencedor.

El dinero es cosa aparte. No pasa de moda, es imprescindible y tiene adeptos. Más aún en tiempos difíciles. Al fin y al cabo, el dinero mueve el mundo y en torno a la moneda

gira cualquier tipo de organización. Motivos por los cuales tiene bien ganada su sección habitual en los medios de comunicación que cuentan así con un tema inagotable y recurrente.

Pero la comida, los alimentos, son la única temática verdaderamente universal y compartida por todos y cada uno de nosotros, al margen de territorios y posiciones económicas. Al contrario del resto de temas (delincuencia, amor y dinero) alimentarse es, en primer lugar, una necesidad fisiológica sin la que sería imposible dedicar esfuerzos a ninguna otra actividad. Podemos imaginar una economía sin dinero, un mundo libre de envidias y maldad, incluso es posible crear vida y vivir una vida sin amor. Pero jamás podrá haber vida sin alimento. Sólo la comida es imprescindible, fundamental para la vida. Y sólo la comida nos une.

Por si misma la comida es una materia informativa de primera necesidad, una fuente segura con la que despertar el interés ciudadano, además de objeto inagotable con el que elaborar todo tipo de informaciones gracias a su diversidad intrínseca y la variedad de enfoques periodísticos que puede alcanzar.

Desde asuntos políticos hasta la evidente comercialización de productos, pasando por la cultura y el ocio, la alimentación es un sector vital en cualquier economía. Genera empleos y constituye una importante fuente de ingresos para multitud de empresas. Y, desde hace algunos años, desde que uno de nuestros cocineros más mediáticos, el catalán Ferran Adrià, irrumpiera en el panorama internacional situando a España a la cabeza del ranking de la alta cocina internacional, asistimos a un nuevo boom gastronómico en diferentes medios de comunicación, donde casi siempre se nos ofrece el aspecto más llamativo o espectacular, donde proliferan concursos y show talents.

Gastronomía, gastrónomos, *gourmandes* y *gourmets* andan por doquier.

Sin embargo, éste es tan sólo un de sus aspectos, el más glamuroso y hedonista, divertido si lo prefieren y hasta adictivo, según gustos y casos. Un aspecto al que podríamos sacar los colores aduciendo que es también un enfoque tremendamente superficial cuando se carece del mínimo sustento. Sin embargo, y a pesar de que es precisamente el hambre uno de los asuntos que más me preocupan como ser humano y al que creo que la sociedad

se debe por entero por tener que ver con la dignidad e integridad de la que deben disfrutar todas las personas, el presente trabajo responde a otro interés periodístico característico de sociedades avanzadas donde comer puede constituir, además de nutrición, un goce para los sentidos.

Por primera vez en la historia, con el reconocimiento mundial del chef Ferran Adrià, como el cocinero del mejor restaurante del mundo durante años, España creció en lo culinario y pudo competir y superar a los grandes cocineros del resto del mundo, que hasta entonces eran, casi siempre, de origen francés. A pesar de que han cambiado muchas cosas, entre ellas la llegada de la crisis, el cierre de negocios, la bajada de humos de la alta cocina, el cambio o sustitución de cocinas por alternativas más económicas (acordes con los tiempos), este acontecimiento, que lo cambió todo en nuestro país en este terreno, contó con la ayuda del periodismo y de sus profesionales, quienes sirvieron de puente, apoyo o conexión entre el mundo de la cocina y el público, contribuyendo con su trabajo a la divulgación del potencial de nuestros cocineros y sus altas cocinas, en la que fue una carrera hacia el éxito y el prestigio del potencial español en el terreno culinario internacional.

La narración de esa historia, con sus variantes temáticas que van desde los grandes chefs hasta el producto, pasando por técnicas culinarias, mercados y productores para llegar a las políticas agroalimentarias, nos compete directamente y por partida doble: como ciudadanos y como profesionales. Y en la misma abundan temas de interés, e intereses.

Sin embargo, y a pesar de ser una rama profesional de gran importancia para la sociedad, y de que la cocina no es que esté de moda, es que nos invade; a pesar de que la cocina ha entrado en la universidad y no sólo para ofrecer una titulación superior (caso de la Basque Culinary Center) sino con el máximo honor (la aceptación del mundo académico universitario a la obra de Ferrán Adrià se traduce en el reconocimiento honorífico Doctor Honoris Causa por triplicado, el periodismo gastronómico, que tanta actividad proporciona está prácticamente sin investigar. Un periodismo que ha contado con loas o admiraciones, con detractores y también con indiferencias.

También están sin investigar sus orígenes desde una perspectiva formal y académica, tanto del periodismo gastronómico español publicado en prensa como del que han ofrecido las revistas gastronómicas, que han ejercido como principal embajador de la especialidad por cuanto capacidad de concentración y lectura sosegada ofrece este soporte; una lectura que permite asimilar contenidos y cuyo relevante rasgo parece diluirse entre las prisas del consumo acelerado, la infoxicación y el sometimiento de la información a la necesidad de generar impactos e muy polarizados intereses.

La publicación de este tipo de revistas han contribuido a la educación en materia alimentaria de una gran parte de los españoles, sobre todo en los años posteriores a la Transición, así como durante los años previos al despertar tecnológico e internet. Y a ellas vinieron a sumarse productos, marcas y anunciantes como vehículo para darse a conocer, para publicitarse pero también, y éste es el lado amable, para comenzar a perfeccionar productos e industria agroalimentaria en un recorrido histórico cuya eclosión es hoy más que evidente.

Revistas, como digo, sobre las cuales apenas encontramos alusiones, de las que los estudiantes de periodismo en general permanecen ajenos, y que sin embargo y hasta donde los recuerdos de mi infancia por fortuna permanecen, forman parte de nuestra historia de quiosco; un quiosco cuya transformación es constante sin que sepamos donde acabará. Revistas, en definitiva, que trataban de educar el gusto en sus primerísimos años, ampliando el intelecto, instruyendo y divulgando cultura gastronómica en ese primer momento que brindan los proyectos recién nacidos, mucho antes de este boom que permanece tan ligado a la promoción, que se repite y que deberíamos aprovechar para despertar el interés por su estudio, para asentar su conocimiento fomentando la investigación y que tiene cabida desde las ciencias sociales y humanas.

Nuestro país ha contado, y cuenta, con grandes profesionales del periodismo gastronómico, un periodismo culto que sin embargo no hallamos en las estanterías de nuestras facultades. Una temática desaparecida entre otras cosas por la escasez de trabajos académicos sobre este sector si lo comparamos con otras especialidades con mayor tradición, abordados de manera individual desde los distintos formatos y géneros que proporciona la profesión; desaparecidos también porque la gastronomía se ha debatido

entre clases, y ha permanecido secuestrada, salvo excepciones, durante muchos años pues su acceso no ha sido fácil o igual para todos. Una gastronomía en parte secuestrada también en lo mediático, donde son las figuras y su capacidad de convocatoria más que el contenido lo que prima en nuestro prime time. No creo que sea culpa del programa, la cadena, revista o radio; el público, sus gustos, conocimientos y demandas también cuentan, sabemos que cuentan y mucho.

Estos motivos junto al hecho de que, como profesional que desarrolla este tipo de contenidos desde hace años, que apuesta por la información de calidad y que detecta sus aciertos y carencias me han movido a acometer la presente tesis doctoral. Dejar constancia por escrito de todo ese legado periodístico reflejado en la revista especializada en gastronomía, que también forma parte de la historia del periodismo español; un legado que se ve amenazado con disolverse en el maremágnum digital sin que nadie lo rescate; el deseo de contribución en el terreno académico; el desafío de acometer un trabajo inédito, la superación personal... Todo lo anterior han sido motivos más que suficientes para iniciar esta investigación que ha huido de otros temas actuales por querer, precisamente, empezar por un principio particular, el de la revista especializada en gastronomía.

Como periodistas debemos reivindicar nuestro papel en la sociedad pues constituimos parte de ese vehículo transmisor, no sólo de actualidad sino de conocimiento. Debemos reivindicar el esfuerzo del estudio y la formación especializada como aspectos conducentes hacia la excelencia profesional, hacia una más y mejor informada sociedad. Y hacerlo además desde una facultad como la nuestra, donde se oferta una titulación que versa sobre esta especialidad desde 2010, titulación de la que por forma parte. ¿Qué mejor manera de hacerlo que a través de la recuperación de trabajos que muestran toda la grandeza (también los desaciertos) de la obra periodística que no es más que la historia contemporánea contada al minuto?



## Marco Teórico

No existen textos especializados en periodismo y gastronomía, abordados de manera conjunta y en profundidad, que desde un enfoque profesional o académico venga a arrojar luz sobre el objeto de estudio que abordan estas páginas. Este aspecto supuso en un primer momento, cierta decepción, pero también un gran estímulo a la hora de decidir acometer esta investigación.

Dada mi trayectoria como periodista envuelta en la reconversión digital, el auge de medios digitales, el fenómeno bloguero y trabajando, desde hace más de cinco años la información gastronómica desde el ejercicio de la profesión pero también desde las aulas de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM, mi decisión de abordar este ambicioso trabajo fue casi inmediata. Sobre todo al detectar casi el práctico desconocimiento de las nuevas generaciones por las bases del periodismo gastronómico anterior, que tan imprescindible se presenta para reconocer aquel trabajo con el que comprender, en toda su magnitud, la especialidad periodística.

Señalo lo anterior porque la situación hace algunos años, en lo que a periodismo gastronómico se refiere, era distinta a la de hoy, en la que la cocina y la gastronomía dentro del periodismo estaban despegando en menor medida que en los momentos actuales, en los que la cocina y la gastronomía nos rodean (nos invade o acecha, que también vale a juzgar por ciertos contenidos).

Con lo que sí contaba esta investigadora, y en general, el ámbito académico en el momento de iniciar esta investigación, además de con abundante literatura y algunos ensayos de amplia relevancia que se citan a lo largo del presente trabajo (obras y autores referentes), fue con el trabajo del profesor Juan Cruz Cruz, (Cruz, 2002), en el que el binomio teoría-gastronomía encontraban acomodo conciso en una obra particular.

También contaba con algunas referencias a los contenidos periodísticos gastronómicos insertos en volúmenes o manuales que abarcaban o se centraban en el periodismo especializado en general, y en el periodismo y sus diferentes áreas de manera

individual, entre las cuales la gastronomía suponía, cuando esporádicamente así ocurría, una representación mínima con respecto a otras áreas abordadas o con mayor tradición.

Asimismo disponía también de artículos académicos pertinentes al área temática que protagoniza esta investigación, más cuatro tesis doctorales, distintas entre sí y al tiempo relacionadas, que merecen atención y que están en conexión con el ejercicio del periodismo gastronómico de una u otra manera. Tres de estas tesis doctorales se centraron en el periodismo agrario y/o agroalimentario y su relación con la prensa desde diferentes ángulos; en cambio, la cuarta y última de las que se han consultado para realizar la toma de contacto con esta especialidad desde el ámbito de la investigación académica, abordó la crítica gastronómica como género periodístico, analizando la figura y el trabajo del crítico gastronómico Rafael García Santos en su ejercicio profesional para el diario *El Correo Español del País Vasco*.

Contaba (y contábamos) con artículos académicos, terreno que ha ido aumentando en lo que a referencias gastronómicas se refiere, en el que los estudios gastronómicos comienzan a ser observados con detenimiento en la Universidad española; también con la aportación de periodistas a través de su participación en algunos congresos, y con la aparición de titulaciones específicas, como es el caso del Curso de *Experto en Periodismo Gastronómico y Nutricional* de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid (UCM), curso cuya coordinación académica y parte de carga docente llevo desarrollando gracias a la confianza depositada por el departamento donde está inscrito y por sus directores. No es éste el único ejemplo de atención al fenómeno. Ahí está también la cátedra Ferrán Adrià de la Universidad Camilo José Cela (UCJC) en su lado más culinario. Lo cierto es que se ha suscitado el interés académico del tándem universidad-gastronomía como objeto de estudio superior durante los últimos años a tenor de la iniciativa Complutense; la misma ha servido de inspiración a otros tantas en otros centros, y en su conexión con otras áreas como el management de restauración, o el marketing, en esa tendencia actual por unir letras y gastronomía. Titulaciones como la de la Universidad San Pablo CEU o la Universidad Alfonso X El Sabio, posteriores ambas a la iniciativa complutense, por citar algunos ejemplos. Al margen de la Basque Culinary Center por quedar, de momento o en su práctica totalidad, circunscrita a la disciplina culinaria y su promoción y explotación económica. Sin embargo, no vaya ninguna de las

instituciones anteriores a erigirse en principal pues si de hacer justicia se trata, debemos mencionar a la primera de todas ellas que se preocupó por la temática y la introdujo en sus aulas estivales: la Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Sirva tan sólo de ejemplo todo lo anterior para dejar constancia de antecedentes y labor en cuanto a gastronomía y universidad.

De las distintas tesis doctorales consultadas, cuya mención se realizará más adelante, cabe aclarar que, o bien analizaron el periodismo gastronómico para demostrar su progresiva relevancia y su necesidad de especialización, así como una parte concreta vinculada a su recorrido histórico -como ocurre en el trabajo sobre periodismo agrario que explicaré más adelante-; o bien analizaron figuras periodísticas concretas en función de sus textos periodísticos o literarios y su conexión gastronómica.

Sin embargo, o mejor dicho, a pesar de todo lo anterior, no contamos ni con artículos, ni tesis, ni libros de investigación académica o periodística que afrontase la revista gastronómica española especializada de manera pormenorizada, que es lo que viene a poner de manifiesto y aborda la presente tesis doctoral.

Antes de citar o profundizar sobre cada uno de estos trabajos y dado que estas páginas suponen la primera recopilación temática de la escritura gastronómica y culinaria publicada en nuestro país en formato revista, y que además en su elaboración se contempla en una de sus partes el trabajo exclusivo de recopilación, considero conveniente citar la labor de Carmen Simón Palmer, investigadora del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), Directora de la Biblioteca Virtual Duque de Ahumada y Académica de Número de la Real Academia de Gastronomía, en esa única conexión recopiladora de títulos gastronómicos y literarios (en este caso concreto, en formato libro).

Como señalo, merece especial atención, además de por su carácter recopilatorio – aspecto coincidente en esta investigación exclusivamente ceñida al sector del periodismo-, porque ya su primer recopilatorio bibliográfico gastronómico, presentado en los años setenta, destacó la importancia de recuperación de ese terreno de la literatura impresa culinaria, insisto formato libro, que forma parte de nuestro patrimonio histórico y cultural.

Bien como punto de partida o como llamada de atención, sus dos publicaciones específicas de recuperación bibliográfica irrumpieron con el objeto de establecer orden y dejar constancia organizada sobre un contenido hasta entonces olvidado por las instituciones y organismos culturales, académicos y/o de investigación de nuestro país.

En 1977 bajo el título *Bibliografía de la Gastronomía Española*, Carmen Simón Palmer, con el encargo dirigido por el que fuera entonces presidente de la Academia Nacional de Gastronomía, José María Alfaro (Marqués de Desio), acometió la titánica tarea de recopilar la bibliografía existente en temas gastronómicos dentro de nuestro territorio. La investigadora elaboraba así el primer recuento bibliográfico formal de “cuanto tema gastronómico se había publicado hasta la fecha en España” (Simón, 1977:VII).

La obra en cuestión contó con el apoyo y la dirección de Pedro Sainz Rodríguez, miembro de la Academies Española y de la Historia, y catedrático de Bibliografía en la Universidad Complutense de Madrid por aquellos días. Era el volumen número dos de la serie titulada *Biblioteca de la Cocina Clásica Española*. Y tal y como anunciaba el Marqués de Desio en el prólogo, con ella se hacía constar “la importancia que trabajos de esta naturaleza pueden y deben tener para el turismo español” (Simón, 1977:VII), otorgando, entre otras cosas, carácter de promoción nacional a la obra.

No cabe duda de que el tema gastronómico puede abordarse desde varios frentes, y que sus estudios también pueden deberse a distintos intereses o finalidades, y en este primer libro bibliográfico especializado, Carmen Simón observa y registra, con arreglo a la terminología legal vigente de aquella década en la que inicia su investigación, las publicaciones unitarias, es decir, “libros y folletos, dejando para otra ocasión la [obra] periódica, tanto la especializada como los artículos sueltos aparecidos en las publicaciones de carácter general” (Simón, 1977: X). En este volumen la autora llega a compilar un total de 1.361 títulos o referencias.

Años más tarde, con la publicación de *Bibliografía de la Gastronomía y la Alimentación en España* (Simón, 2003), amplía su trabajo para dar cuenta de las obras publicadas en España, desde el principio de la imprenta hasta el año 1975.

La nueva recopilación ampliada llega a las 5.513 entradas que se ciñen, como la obra anterior, al libro. Se trata de un listado de autores que publicaron obras en relación con la gastronomía y la alimentación, y que provienen de distintos ámbitos profesionales tales como médicos, químicos, ingenieros, naturalistas, cocineros o moralistas, entre otros.

Dentro de esta magnífica selección bibliográfica se excluirán los escritos puramente literarios porque tan sólo las referencias, como subraya la autora, ocuparían otro volumen (Simón, 2003:13).

Sí aparecen en cambio grandes nombres de literatos que figuran como prologuistas o colaboradores de las obras, especialmente al llegar al siglo XX. Muchos de ellos usarán seudónimos, otros firmarán sólo con el nombre de pila; y en ocasiones, los hombres se harán pasar por mujeres. La obra incluye muchas obras de nobles como el marqués de Villena, conde de las Navas, marqués de Acapulco, conde de los Andes, o el conde de las Almenas, por citar algunos de ellos.

A pesar de que ambos recopilatorios poseen un indudable valor histórico y bibliográfico, ninguno de ellos hace justicia plena a la gastronomía impresa en nuestro país en toda su acepción si tenemos en cuenta, o consideramos, que entre sus posibles exclusiones se encuentra la del periodismo, con su contribución divulgativa (periódica, diaria, semanal, y ahora, casi al minuto desde la irrupción de los medios digitales) a la sociedad.

Es en ésta actividad periodística donde cobra sentido un tipo de escritura que ejerce como fuente transmisora del conocimiento y la actividad humana, ya sea para hacer visible o dejar constancia de la actualidad, una de sus tradicionales máximas, como para explicar, divulgar, recuperar y contextualizar, homenajear, criticar, etc., los múltiples movimientos intelectuales que han acompañado a hombres y mujeres en cada periodo.

Existe numerosa bibliografía académica sobre la especialización periodística, donde sin duda queda inserto el periodismo gastronómico, y existen asimismo numerosas referencias sobre la revista de manera general, y sobre los diferentes tipos de revistas en particular. Pero tras una exhaustiva investigación no queda sino reconocer que no hallamos trabajo alguno que verse sobre la revista gastronómica especializada de manera específica,

ni ningún otro tipo de texto que aborde este tipo de publicaciones con la profundidad que ofrece esta investigación en la que, como veremos, confluyen otros aspectos entre lo culinario y lo intelectual, alejados de las etiquetas a las que sin embargo nos tienen acostumbrados a la hora de su catalogación: “publicación femenina”, “cocina” o “estilos de vida”.

Incluso sería correcto decir que son mínimas o escasas las referencias en otros trabajos más amplios o generales que incluyen la revista gastronómica especializada entre sus apartados. Sin embargo, algunas hay. Es el caso, por ejemplo, de las referencias y alusiones incluidas en el libro del profesor Rafael Llano, *Revistas culturales y de consumo. Del boom de la revista de pago en España a los diarios de información para consumidores* (Llano, 2012).

En este estudio, que recoge los datos del medio revistas desde 2008 a 2011, las publicaciones de cocina y las de gastronomía hallan espacio, sin embargo, es un escaso espacio donde su representación en comparación con el resto de cabeceras de otras áreas temáticas recopiladas es escueta, estando centradas, además, en el mundo del vino, principalmente. Estas referencias se desglosan incluso atendiendo a dos tipos de público o tipos de demanda: un público femenino aglutinado como viene siendo tradicional en torno al hogar, la belleza, la vida saludable o el estilo de vida (este último aspecto también aparece vinculado al hombre pero para abordar otros hobbies, casi siempre), y, la cocina y la gastronomía (sin distinción o de forma sinónima), entre otros temas considerados tradicionalmente de interés para la mujer; y otro público, amplio y general, sin distinción de género, interesado en temas culturales de los que la gastronomía formaría una pequeña parte. Éste último aspecto merece igualmente ser destacado de manera especial porque sobre él también ahondará el presente trabajo, dado que en nuestro país lo gastronómico se halla estrechamente ligado al mundo de la literatura y el recetario. En cambio permanece en menor medida ligado a la actividad académica e investigadora de carácter cultural e intelectual, donde habría que señalar la iniciativa de esta facultad con la puesta en marcha en 2010 de los primeros estudios de periodismo y comunicación gastronómica y nutricional, ofrecidos de manera conjunta y estable.

En cualquier caso estamos ante la evidencia de que la cocina y lo gastronómico han cobrado presencia y han ido ocupado progresivamente mayores espacios en periódicos y revistas (de papel o digitales), y en cadenas de televisión y emisoras de radio en los últimos años. Tal es así que ha dado lugar al auge del llamado periodismo gastronómico (no es el boom actual la primera vez que se desencadena, aunque sí lo es en cuanto a alcance gracias a la tecnología), además de al boom de *shows* culinarios televisivos. El profesor Llano resume esta circunstancia de la siguiente manera:

“Hasta tal punto tienen actualidad las noticias relacionadas con la cocina y la gastronomía, que incluso casi todos los medios de información general han decidido reservar algún espacio a esas materias en sus páginas diarias. Lo empezó a hacer La Vanguardia, al estrenar su sección “Vivir”. Y lo hace en nuestros días El País en su macrosección sobre nutrición y ferias de alimentación o de degustación de “Vida y Artes”, bajo el cintillo de “Tendencias”, junto a la actividad de los grandes chefs, completan los temas de actualidad de esta especialización en los diarios de información general”. (Llano, 2012:109).

Este interés o inclusión temática de los medios de comunicación, en los que *El País* tomó la iniciativa al ser el primero de todos ellos en destacar este contenido, aunándolo además con una subsección específica de ‘Gastronomía’ dentro de la sección denominada ‘Cultura’ bastante antes que “Vida y Artes” (hecho sin precedentes hasta el año 2012 al menos, que es el año que pone cierre a esta investigación), tiene su punto de partida en el reconocimiento mundial de la cocina española de vanguardia. Aspecto que queda perfectamente reflejado en el artículo académico de la profesora y periodista Yanet Acosta *El periodismo gastronómico. De las recetas a la portada de los periódicos. Análisis del anuncio del cierre temporal de ElBulli en los principales diarios* (Acosta, 2012:447-458). En él queda patente la evolución de una información que en años anteriores hubiera ocupado no sólo otro lugar, sino un espacio menor. Y en él se explica cómo una información gastroculinaria llegó a las portadas de los principales diarios de información general en España (y de algunos periódicos del mundo) dando el salto definitivo dentro de la historia del periodismo gastronómico nacional.

Parte de esa historia queda reflejada en algunas de las tesis doctorales que mencionaba al abrir este capítulo y que he consultado al objeto de contextualizar el sector o ámbito concreto de esta especialidad periodística.

Vuelvo a reiterar que ninguna de ellas versa de manera específica sobre la revista gastronómica especializada como objeto de estudio; si acaso alguna menciona su existencia o analiza dentro de un corpus mayor unas escuetas cabeceras al objeto de establecer sus elementos gráficos, textuales y paratextuales. No obstante, por su utilidad, reconocimiento y conexión temática global, y en ocasiones, por esa mención o inclusión, todas deben ser tenidas en cuenta en este trabajo que viene a sumarse con intención eminentemente académica y divulgativa; con el afán de dejar constancia del trabajo periodístico que sobre la información gastronómica han reflejado exclusivamente las publicaciones especializadas de nuestro país en esta materia y en este formato específico llamado revista.

Cito a continuación la primera de todas estas investigaciones atendiendo a su año de publicación. Se trata de la tesis doctoral presentada por José Pedroche Morales titulada 'Análisis y Bases para un nuevo periodismo agrario en España', que fue leída en mayo de 1985, en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, (UCM).

El objetivo fundamental de esta tesis doctoral dirigida por Pedro Orive Riva, por entonces catedrático Jefe del Departamento de Estructura de la Información en la Facultad de Ciencias de Información de la misma universidad, fue la de estudiar de manera global el fenómeno del periodismo agrario en España con la finalidad de proporcionar las bases para la creación de una agencia de comunicación especializada en información agroalimentaria. La tesis parte de las experiencias de la prensa escrita (diarios y revistas periódicas) dirigidas a la sociedad agraria y rural, y, en algunos casos, a la sociedad urbana e industrial. De igual modo el trabajo aborda la formación o preparación del periodista o informador agrario, como profesional promotor y/o creador de empresas de publicaciones agrarias, de diversa periodicidad (principalmente semanal, modelo de publicación que el tesista consideró ideal y práctico para ser aplicado al medio agrario y rural español de la época).

José Pedroche Morales realizó un análisis de carácter global de 248 títulos, de los cuales 148 fueron cabeceras centradas exclusivamente en temas agrarios, ganaderos y forestales; los otros 100 títulos restantes quedarían clasificados en publicaciones periódicas con temas de interés para el sector agrario y rural, agrupando cabeceras de



índole variada o con diferente grado de conexión con ese mundo como pueden ser: caza, pesca, ecología, tecnología para la hostelería, alimentación, jardinería o paisaje, entre otros.

Su pretensión fue la de concienciar de manera específica a las instituciones u organismos públicos sobre la necesidad de promoción, coordinación y especialización periodística de las informaciones agrarias a través de agencias especializadas en beneficio del campo, del país y de la información de los ciudadanos. Al tiempo también señalaba la importancia de un plan específico de formación universitaria sobre la especialización periodística en la materia objeto de estudio. Algo que podríamos considerar en parte alcanzado, al menos en nuestra facultad, con el *Título Propio Experto en Periodismo Gastronómico y Nutricional*, del Departamento de Periodismo II. Estructura y Tecnología de la Información.

Pero si hay algo que deba mencionarse de manera especial y que conecta con uno de los apartados que componen el presente trabajo es que su autor aventura una definición de “periodismo agrario”, acotando así el objeto de estudio y proponiendo su aceptación como modelo descriptivo profesional de este tipo de contenidos.

Cabe citar ahora, siguiendo la fecha de presentación, la tesis doctoral dirigida por el catedrático en periodismo de la Facultad de Ciencias de la Información y director académico del Título Propio de dicha facultad, *Experto en Periodismo Gastronómico y Nutricional de la UCM*, Alfonso Javier Fernández del Moral, en el año 1993. Su autor, José Luis Murcia, amplía el objeto de estudio de “periodismo agrario” a “periodismo agroalimentario” para evidenciar en este trabajo titulado ‘Análisis Estructural de la Información especializada en contenidos agroalimentarios’, además de la todavía necesidad de especialización del periodista profesional dedicada a la traducción de la información agroalimentaria, el creciente interés del público por esta materia con enfoque social.

En esta ocasión se analizaron desde un punto de vista estructural distintas publicaciones periódicas nacionales comparándolas, en función de estándares de calidad periodística, con otras de distintas nacionalidades del entorno europeo. Su estructura indica los siguientes apartados: 1) Análisis Cuantitativo (análisis de presencia –texto frente a la publicidad-; 2) Análisis Temático -con siete categorías donde la gastronomía queda junto a la higiene y el consumo-; 3) Análisis Formal -los rasgos formales de superficie

temática o textual, elementos paratextuales y elementos iconográficos y publicitarios-; 4) Análisis de Código –grado de legibilidad según la cátedra de Información Periodística Especializada-; y 5) Análisis de Contenido ceñido a la detección de “ruido o elementos de distorsión de cada medio” (Murcia, 1993:18).

La investigación abarca, como su título indica, la información agroalimentaria de manera genérica. En ella el autor aborda ocho cabeceras gastronómicas dentro del apartado revistas especializadas, subclasificadas a su vez en: alimentación, distribución, consumo, ecología y medio ambiente, agricultura, ganadería, industria auxiliar y accesorios, y mar y pesca.

El trabajo de José Luis Murcia no se detiene en cambio en las características propias de estas revistas para distinguirlas pormenorizadamente unas de otras; ni profundiza en sus contenidos (más allá de los elementos especificados con anterioridad, al igual que hizo con el resto de publicaciones y diarios analizados) dado que tampoco es su objeto de estudio, pero sin duda es un interesante y oportuno trabajo que supone la radiografía agroalimentaria que no gastronómica de aquellos días del pasado.

Aunque no profundiza ni recoge o refleja las características o elementos de contenido diferenciadores entre sí de las ocho revistas seleccionadas, ni detalla la totalidad de todas las existentes en aquellos años en nuestro país, ni aborda su origen y evolución; es el único trabajo en el que se incluye un apartado para la revista especializada. Su aportación enriquece y deja manifiestamente clara la necesidad de especialización del profesional periodista y el largo camino que por entonces quedaba por recorrer, si se pretendían alcanzar los niveles de altísima calidad que presentaban en el mismo periodo otras publicaciones del ámbito europeo o internacional, como sostiene el autor de esta tesis.

Por otro lado, la tesis doctoral presentada en el año 2007 por Yanet Acosta en esta misma facultad titulada ‘La información Agraria en España. Desde sus orígenes hasta la agenda 2.000’ supuso un avance sustancial en la materia. Dirigida por la catedrática en Historia del Periodismo de la UCM, María Dolores Saiz, parte del material fue publicado por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino en 2010 bajo el título Historia de

la Información Agraria. Desde el siglo XVIII hasta la agenda 2000 (Acosta, 2010). Con ello se ofrecía una versión de carácter divulgativa y accesible al público mayoritario, lo que demuestra el interés por la obra para un sector de la sociedad.

En dicho trabajo la autora expone el recorrido de la parcela informativa tomando el siglo XVIII como punto de partida. Su objetivo fue el de “organizar, analizar e interpretar la información agraria aparecida en los medios de comunicación nacionales, desde su origen en el siglo XVIII hasta el año 2000, con la finalidad de dar a conocer la importancia de este tipo de información según la época histórica de la que se trate y de la evolución, tanto del tipo de información como de los medios especializados en agricultura, durante el periodo histórico a estudiar” (Acosta, 2007:17).

La periodista aborda su investigación en un “momento decisivo para la política agrícola española, ya que la UE cambia de estrategia de esta actividad siguiendo unos nuevos parámetros que recogió en el documento conocido como Agenda 2000” (Acosta, 2007:14), centrándose en los medios de comunicación de difusión nacional con sede en Madrid por ser la ciudad que aglutina los más importantes, en realidad, la inmensa mayoría de todos ellos.

Con un claro perfil histórico, el recorrido realizado se corresponde con la recopilación de cabeceras, periódicos y revistas de información general y económica, con publicaciones especializadas en agricultura, y con programas radiofónicos agrarios y espacios de televisión especializados en información agraria.

Pero de nuevo nos hallamos ante la ausencia absoluta de la observación profunda de la revista gastronómica especializada como producto periodístico de la que, como veremos más adelante, será posible encontrar antecedentes en el siglo XIX.

Por último, cabe destacar la tesis titulada ‘La crítica gastronómica como género periodístico. Rafael García Santos y la Nueva Cocina Vasca’ elaborada por Fernando Sánchez Gómez, presentada en la Universidad del País Vasco en 2010 bajo la dirección de Emy Armañanzas (UPV).

Dicha tesis doctoral, adaptada editorialmente en enero de 2014 por el autor para su venta a través de Amazon, abarca en profundidad la crítica gastronómica incidiendo en su clasificación como género periodístico argumentativo. Aborda asimismo las estrategias retóricas que emplea el crítico gastronómico en su mensaje para producir “persuasión” y su función como orientador de los lectores en sus decisiones de consumo gastronómico.

Y una observación más al respecto que puede considerarse menor pero que a mi juicio en absoluto lo es: de todos los trabajos anteriores, el trabajo de Sánchez es el único que incluye el término gastronómico en su título de manera específica. Lo que nos dirige a la consolidación y democratización de un término que durante años, siglos en realidad, era exclusivo para aterrizar nada menos que en la universidad, es decir, para constituir objeto de estudio y contribuir a su divulgación.

El autor de esta tesis doctoral elabora una perspectiva teórica personal a raíz del contraste de una muestra de críticas gastronómicas escritas por el crítico Rafael García Santos, textos que fueron publicados en los *Suplementos Especializados en Ocio y Consumo* de *El Correo del País Vasco* entre los años 1987 y 2009. Con ello pretende definir teóricamente la crítica gastronómica como género periodístico. Sin embargo, conviene plantear si con una sola figura periodística, contemporánea de otros tantos críticos en ejercicio durante el mismo periodo, damos por concluida este género con el que esclarecer las características de lo que por otra parte tiene más que ver, para mí, con un subgénero de opinión. Reflexión personal al margen, el trabajo de Fernando Sánchez Gómez viene a ocuparse de un fenómeno periodístico relacionado con esta tesis doctoral del que también se habían olvidado instituciones, teóricos y académicos. El autor propone una interesante y tentativa definición de crítica gastronómica, elaborada a partir del análisis y confrontación de una muestra de textos del periodista citado, que es tomado como modelo retórico, e incluye una perspectiva teórica surgida de un enfoque de estudio multidisciplinar (periodístico, filológico, lingüístico de orientación social y gastronómico).

A pesar de toda la recopilación anterior, constatamos que las investigaciones sobre periodismo agrario, agroalimentario y/o gastronómico siguen siendo una gota de agua dentro del océano de publicaciones e investigaciones que cada año parten de facultades y centros de investigación.

Es innegable que desde finales de los años noventa -en parte gracias a las revoluciones culinarias protagonizadas por numerosos cocineros españoles que vieron en Ferran Adrià mentor e inspiración-, este tipo de información ha venido suscitando tanto el interés del público como de los medios y sus profesionales para culminar con el éxito actual que la temática representa en los medios de comunicación.

La gastronomía es ya una información recurrente (sin entrar aquí en su calidad o extensión); información habitual, tanto de las páginas de los diarios como de los suplementos dominicales, medios digitales de información general o especializada, de espacios televisivos y radiofónicos, donde adopta diferentes formatos. Y son muchos los portales digitales, temáticos y específicos, que han proliferado en los últimos años dedicados por entero a la gastronomía. Si bien es cierto que no todos pueden ser considerados medios periodísticos (en parte debido a la indefinición de muchos de ellos y de sus escritos); pero lo que resulta evidente es que la mayoría incluye apartados o secciones sobre gastronomía. Y ante la indefinición en la que por diversos motivos se encuentra el periodismo y sus medios tradicionales, y ante la incertidumbre de la continuidad del papel y la evolución (o defunción, según distintos profesionales y autores) de la profesión, considero acertado ahondar mediante un análisis reposado en el periodismo y la gastronomía que ha sido abordada de manera específica por otro tipo de publicación harto conocida por todos nosotros y que no es otra que la revista tradicional, cuyo relevo parece estar tomando la versión digital, y cuya lectura continúa relacionada con el placer sosegado, con la reflexión, la profundidad, incluso, el culto o devoción de un buen número de lectores.

La base temática que sustenta el objeto de estudio de esta tesis, es decir, la gastronomía y toda la complejidad que encierra, podría sintetizarse en la definición de la combinación entre la necesidad de alimentarse y la imaginación a la hora de garantizar y componer el sustento. La gastronomía es una disciplina que, paradójicamente, ha nadado en la miseria o la abundancia y la élite intelectual. Se ha debatido entre prejuicios y acusaciones y loas elitistas o de clase. Y este es uno de los motivos por los que alegrarnos del momento actual que vivimos, en los que la cocina, y por extensión aquello que denominamos gastronomía, protagonizan una revolución mediática apta para todos los públicos.

La conducta alimentaria del hombre ha evolucionado de tal modo que resulta imposible desligarla de otras disciplinas, de ahí que en este trabajo y en lo que a la definición de gastronomía se refiere, se defienda y comparta, además de la artesanía que la gastronomía comporta -tal y como se recoge en el documento titulado *Patrimonio Gastronómico Europeo: aspectos educativos y culturales*, elaborado por la Real Academia de Gastronomía en colaboración con la Fundación Española de la Nutrición en 2014-, su carácter multidisciplinar y transversal (Castillo y González, 2007), la defensa cultural de la comida (Montanari, 2006) y sus bases teóricas (Cruz, 2002). Principalmente para sostener y argumentar la importancia del conocimiento y su trasvase a la sociedad a través de las publicaciones periodísticas especializadas (Fernández Del Moral, 2014) como fuente informativa fiable. Aquellas publicaciones que de manera particular siguen el pulso temático, así como del periodismo, vehículo en la construcción de la realidad (Casals, 2005), sin que por ello hayan de ser consideradas perfectas y acabadas.

Las normas sociales y las conductas inconscientes han construido eso que, casi siempre, con celeridad, agrupamos bajo el término gastronomía. La tradición, la repetición, han obrado el milagro de infundir un sentido mucho más amplio que el sustento a la comida, conduciéndonos hacia la conducta alimentaria, estableciendo sus conexiones objetivas y subjetivas que desembocan en tres variables indispensables a la hora de estudiar el fenómeno gastronómico: sus dimensiones fisiológicas, psicológicas y socioculturales (Cruz, 2002). Y de todo ello se ha encargado también el periodismo en su función social, más aún en el periodismo contenido en la revista especializada que es el objeto de este trabajo.

Por lo que a mi investigación concierne, ahondaré en el legado de aquellas revistas que constituyeron, a veces el único vehículo para aprender, disfrutar e informarse en lo que continúa siendo para muchos “las cosas del comer”, expresión aceptable pero simplificadora.

Cómo, con qué características y con qué eficacia lo hicieron se verá más adelante porque de eso trata esta investigación doctoral: de cuáles, cómo y quiénes hicieron esas revistas que constituyen la historia de la publicación especializada en gastronomía, materia hasta ahora desierta en las facultades donde se estudia periodismo.

Siendo éste el transporte de cultura para las masas durante tanto tiempo, las revistas han constituido el vínculo perfecto, entre ocio e información, donde ha sido posible su concentración temática mucho antes de la inestimable accesibilidad que proporciona esta era digital. Es el trabajo periodístico una valor social de incalculable valor por cuanto aporta, enseña, denuncia o señala. También en lo que a gastronomía se refiere por lo que merece la pena profundizar en su estudio.

Como apunta en buena medida el profesor Cruz, señalando las relaciones implicadas en la conducta alimentaria (variables fisiológicas, psicológicas y socioculturales) que trascienden y adquieren significación, el hombre (y la mujer) que sólo aspiran a ser entendidos y refinados en las cosas del comer, que se obnubilan con lo *gourmet*, son hombres (y mujeres) a medio camino de la sabiduría gastronómica, (Cruz, 2002). Cuestión que se ratifica cuando el Conde de Sert (2007) nos habla de una cocina culta, que se alimenta de la popular, con frecuencia anónima y trasvasada de generación en generación de manera oral, algo que con anterioridad señaló Massimo Montanari (Montanari, 2006). Una cocina propia de cocineras y artesanos, de guisanderos y guisanderas afanados en la replicación de pucheros ancestrales. Al reinterpretar y romper los moldes de aquellos sabores fiables o conocidos, e incorporar otros productos o introducir nuevas técnicas culinarias, esta cocina se vuelve creativa y es entonces cuando adquiere el ascenso de categoría, de popular a culta. No tenemos porque atribuir a esta división connotaciones peyorativas, se trata sólo de la constatación de que la cocina popular, basada en la repetición, la memoria gustativa y los productos autóctonos, tiende al mimetismo, mientras que la cocina adjetivada de culta es progresista e innovadora, (Sert, 2007).

El periodismo gastronómico, las revistas especializadas en gastronomía, que se deben a esta disciplina, experimentan un momento favorable cuya eclosión parece imparable, a pesar de la incertidumbre propia del sector periodístico, una eclosión (“boom” dijeron otros hace años). Por este motivo, se deben analizar con criterio y sin prejuicio ni de gusto ni de clase; se debe analizar yendo a las fuentes primarias, recopilando el legado anterior, contrastando informaciones y documentos para dejar sentadas las bases de su historia y actividad, y hacerlo además de manera académica.

En lo que a mí me concierne como investigadora me he dedicado exclusivamente a este formato al objeto de recoger, catalogar y ordenar el legado de las cabeceras gastronómicas y culinarias desde finales del siglo XIX hasta diciembre de 2012, sin perder de vista sus antecedentes e influencias. Es parte ineludible de la investigación ofrecer datos históricos sobre las mismas y, de manera colateral, sobre el periodismo gastronómico en general, sin entrar a investigar a fondo o pormenorizadamente los otros medios, pero tratando siempre de cubrir un amplio abanico con el que ofrecer y contextualizar las pinceladas periodísticas de este fenómeno, en una primera aproximación temporal que, como veremos, tiene un relevante punto de partida en el artículo de costumbres.

La cocina, de la que también nos informamos a través de los medios de comunicación, experimenta en la revista especializada la transformación material de la gastronomía, son (o deberían ser) las páginas que interrelacionan, explican y atienden a su complejidad, constituyen las páginas de lectura sosegada que ésta se merece. Las mismas han contribuido, en un primer momento, antes de radios y pantallas, a la divulgación, la educación, y aprendizaje y formación del gusto. Y el mismo no es más que un producto social y cultural, fruto del saber y la creación humanas. Bertrand Russell escribió hace años un breve ensayo sobre los conocimientos inútiles. Oportuno como pocos sale a colación por cuanto prejuicio injustificado, encasillamiento menor, ha soportado nuestra pobre y rica cocina durante años; la misma pasó también a ser la más alta expresión de refinamiento, marca distintiva, fruto de la posmodernidad, o del aburrimiento, el negocio, el lucro personal; y de territorio femenino en hogares a templos masculinos en establecimientos públicos. A nuestro pesar, en todo lo anterior se esconde algo de razón. Sin embargo, gracias al esfuerzo de cocineros, a la cultura y la propia madurez de sociedades avanzadas como la nuestra donde no debería haber necesidad, todos reconocemos hace tiempo que cuanto más avanzado, refinado e intelectual es un pueblo, más elevada es su cocina.

Don Álvaro Cunqueiro cita a Russell en la que es, para mí, lectura obligada, *La cocina cristiana de Occidente*, diciendo que desde que el filósofo “[...] sabía que los melocotones procedían de China, que unos huesos llegaron a la India en el zurrón de unos chicos prisioneros del gran rey Janiska, que de allí pasaron a Persia y que su estancia en Irán había provocado divertidas confusiones etimológicas; desde que sabía todo esto, los melocotones le gustaban mucho más”, (Cunqueiro, 2011:252). Eso es gastronomía, comer



con sentido, trascender su cultura, y por fortuna contar con medios para narrarlo. En buena medida esa narración se encuentra en la revista especializada en gastronomía a la que se debe por entero esta investigación.

## Objetivos de la investigación

Visto lo anterior, no queda sino desglosar y acotar los objetivos que persigue la presente tesis doctoral. Dado que el acto alimentario contempla un lado o cualidad de hecho social, conlleva igualmente la implicación -voluntaria o involuntaria- de relaciones interpersonales y sociales, sistemas simbólicos y culturales, a pesar de que muchas veces las obviemos o sencillamente las pasemos por alto por cuanto naturales nos parezcan.

El antropólogo Lévi-Strauss sostuvo de manera formal en su serie *Mitológicas* (Strauss, 1968), la bondad del alimento y su influencia en el desarrollo del pensamiento. Andoni Luis Aduriz y Daniel Innerarity, cocinero y profesor-filósofo, respectivamente, hablarán de ello también, esta vez de manera más coloquial, en su libro *Cocinar, comer, convivir* (Aduriz e Innerarity, 2012), para establecer y reflexionar en torno al alimento y su papel e influencia social. Reconocemos pues que los alimentos son buenos para pensar, y lo son, al margen del evidente papel crucial en la subsistencia, por cuanto encierran de pasado e historia, es decir, por cuanto contenido implícito y explícito son capaces de transmitir a la sociedad. Un conocimiento cuya divulgación ha sido en buena parte transmitido a las masas mediante la publicación periódica de revistas especializadas en gastronomía, objetivo principal de esta tesis doctoral.

Teniendo en cuenta la escasez de trabajos académicos que ahondan en la información y divulgación de la gastronomía a través del periodismo con respecto a otros campos del saber, el presente análisis persigue, en primer lugar, constituir un trabajo formal, inédito y original, vinculado al periodismo y la especialidad informativa gastronómica, a través de la recopilación y el análisis de la revista especializada en gastronomía; terreno que permanecía hasta ahora sin investigar. Busca asimismo responder a una serie de cuestiones ligadas al origen, influencia, importancia y tipología de este tipo de publicaciones, desde su nacimiento hasta la consolidación de la revista gastronómica contemporánea. Persiguiendo dichos objetivos, esta investigadora realizó en primer lugar una serie de preguntas básica de investigación que más tarde se vieron ampliadas.

Las primeras preguntas de investigación fueron:

- 1) Cuál es el origen de lo que hoy llamamos revista gastronómica en España.
- 2) Qué modelos existen o han existido, si es que los hay.
- 3) Cuál ha sido su evolución hasta la actualidad.
- 4) ¿Es posible hablar de características comunes y únicas al margen de los denominadores comunes cocina/comida?
- 5) De ser así, ¿deberían continuar agrupándose en torno a género dentro de un grupo mayor y genérico, como viene ocurriendo, en el que tienen idéntico valor el término cocina y el término gastronomía?

La revisión de las preguntas anteriores evidencian el hecho de que las mismas no se pueden responder con fundamento a menos que se concrete y profundice todavía más en los dos ámbitos que aquí permanecerán conectados: gastronomía y periodismo. De tal modo que esta investigación doctoral aspira a arrojar luz sobre las cuestiones desglosadas a continuación. Estos son sus objetivos:

1. Descripción, al objeto de contextualizar el objeto específico de estudio (revista gastronómica en España), de los antecedentes del periodismo gastronómico español de manera general o amplia, y de manera particular de los antecedentes de la revista gastronómica especializada publicada en España.
2. Localización, recopilación y cuantificación de las revistas publicadas en España sobre gastronomía en formato papel.
3. Establecimiento de las diferencias intrínsecas entre publicaciones culinarias y de gastronomía de manera académica y ordenada.
4. En relación con lo anterior, dado que en la actualidad persiste la inclinación a catalogar y/o considerar estas publicaciones idénticas a la hora de ofrecer estudios dentro del sector revistas -donde además son escasas con respecto a otras temáticas-, agrupándolas junto al grueso de publicaciones culinarias, esta investigación persigue la detección de las características propias y compartidas por las publicaciones especializadas en gastronomía diferenciándolas así de otras publicaciones, conforme a unas normas en las

que los contenidos observen, además de la prescripción y la actualidad que le son propias, el fenómeno gastronómico desde una perspectiva multidisciplinar y transversal atendiendo al objetivo de divulgación cultural y/o difusión del conocimiento intelectual de la gastronomía y no sólo de aquel conocimiento que aborda la cocina y el producto con finalidades prácticas de elaboración, o de aquel conocimiento que amplía y/o fomenta exclusivamente el consumo, lo gustativo, y lo hedonista o placentero.

5. Teniendo en cuenta la complejidad que encierra el término gastronomía, desde una perspectiva crítica y honesta, en el caso de ser detectado el punto anterior en positivo, este trabajo también busca:

a. Establecer el origen de las primeras publicaciones periódicas españolas de temática gastronómica en formato papel.

b. Analizar la evolución de las publicaciones periódicas especializadas en gastronomía en formato papel conforme a la detección de características propias con las que dotarse de entidad. Analizando, especialmente o en profundidad, aquellas que han contribuido con sus aportaciones al desarrollo y consolidación de la especialización.

c. En función de lo anterior, determinar si continúa vigente la actual clasificación ofrecida por los organismos que estudian las publicaciones periódicas y ofrecen datos sobre las mismas, y que engloban cocina y gastronomía en un mismo sector, ligado, además, al grupo considerado como prensa femenina y/o estilo de vida, o si por el contrario, la posible especialización a la que han dado lugar hace necesario replantearse dicha clasificación ofreciendo, en este caso, una nueva propuesta que atienda al contenido alejado de la idea de consumo, sin atender a género y vinculada a la difusión de cultura.

6. Destacar la importancia y posibilidades del producto revista especializada en gastronomía como vehículo de instrucción y formación para contribuir a su reconocimiento como objeto de estudio capaz de transmisión cultural, y del de la gastronomía en sentido general a partir de los ciencias sociales y el periodismo.



## Metodología y Diseño de la investigación

La metodología empleada para esta investigación se ha construido a partir de una primera reflexión que ha tenido en cuenta los aspectos necesarios para la redacción del sustento teórico previo, de aquellas cuestiones de fondo relacionadas con el periodismo y la gastronomía. Reflexión que ha permitido también focalizar los parámetros relevantes y tenidos en cuenta para la localización, selección y posterior análisis del material objeto de este estudio: revista gastronómica soporte papel editada en España.

Para ello se ha optado por el modelo de investigación no experimental, es decir, aquel modelo de investigación que se realiza sin la manipulación deliberada de variables, con dimensión longitudinal (abarcando una dimensión temporal amplia y concreta), modelo centrado en la observación del material a estudiar; este estudio contempla, no sólo el contexto propio, sino que observa el recorrido a lo largo del tiempo, recopilando para ello, el material concreto que después ha sido analizado (treinta y una cabeceras), al objeto de poder determinar evolución, desarrollo, relaciones y/o influencias.

Tanto el diseño de la investigación no experimental como su dimensión longitudinal han sido tomadas de la obra *Fundamentos de Metodología de la Investigación* (Hernández et al. 2003).

La selección de ambos modelos (no experimental y longitudinal) se ha desarrollado en dos fases distintas y complementarias que abordan técnicas cuantitativas y cualitativas. Dichas fases han sido las siguientes:

- Una primera fase exploratoria, que se divide a su vez por la revisión documental y bibliográfica, y, la localización y cuantificación necesarias para la clasificación y categorización previas a la siguiente fase (la de la investigación del material objeto de estudio).
- Una segunda fase descriptiva aplicada sobre el objeto de estudio seleccionado, del que se han revisado todos los ejemplares disponibles de las cabeceras analizadas en los lugares donde se custodian la práctica totalidad de todas ellas -Biblioteca Nacional de España y Hemeroteca Municipal de Madrid, también se consultó el

material disponible en la Biblioteca de Barcelona por un motivo específico y concreto que se detalla en su lugar dentro de este trabajo-.

La primera fase se corresponde con la exploración inicial al objeto de alcanzar o comprender la verdadera magnitud del fenómeno a estudiar en sus conexiones con la temática que la protagoniza (gastronomía) y el canal o vehículo transmisor escogido (periodismo especializado a través del formato revista).

La segunda fase posibilita el establecimiento de una selección final fundamentada sobre el conjunto total de cabeceras cuantificadas para determinar las que finalmente fueron analizadas a fondo: treinta y un títulos que constituyen o recogen el grueso de las publicaciones pioneras cuyo recorrido histórico resulta substancial para la comprensión del fenómeno “revista especializada en gastronomía”. Dicho recorrido ha ayudado a establecer el origen de las mismas, de las que se ha observado, además, versiones o tipologías, para culminar con la consolidación de este tipo de publicaciones con características propias.

Por último, ha de tenerse en cuenta que el periodo analizado abarca desde la detección de los primeros modelos de publicación gastronómica, en el siglo XIX, para llegar a las publicaciones que han aparecido posteriormente en el mercado de revistas, -con las características propias explicadas en el siguiente apartado para ser consideradas o formar parte del objeto de estudio-, poniendo punto final en diciembre del año 2012, fecha que acota el material analizado en este trabajo.

## **I. Fase exploratoria**

### **I.I Revisión documental y bibliografía previas**

Para la construcción del marco teórico, así como para establecer los criterios de clasificación o categorización posteriores a la localización y cuantificación del material objeto de estudio, he procedido en primer lugar a revisar los posibles antecedentes que sobre el tema pudieran haber realizado investigadores con anterioridad. Revisados trabajos académicos y tesis doctorales, y en relación con la publicación periódica de revistas

especializadas en gastronomía, compruebo, en primer lugar, que no hay una recopilación, siquiera trabajo aislado que de manera específica aborde y recoja la temática específica y el enfoque aquí expuesto. Sí existen en cambio citas menores o inclusión menor en algún trabajo que así aparece indicado en esta investigación cuando al mismo se alude. Por este motivo la construcción de la presente investigación supone una importante novedad en el terreno académico además de un importante esfuerzo por recomponer este fragmento de la historia del periodismo en España. La misma ha constado de tres actuaciones específicas relacionadas con la localización y selección bibliográfica, previas a la localización y cuantificación de publicaciones específicas (fase cuantitativa), y para la categorización y selección final del objeto de estudio (fase cualitativa).

La primera de ellas tiene que ver con la consulta de aquella bibliografía editada por autoridades académicas en relación con el periodismo, así como por reconocidos autores académicos y literarios que han aportado trabajos o ensayos relevantes, independientemente del área de conocimiento que predomina en su obra, siempre y cuando aborden: el fenómeno gastronómico, la alimentación y/o el sentido del gusto en una triple perspectiva (cultural, sociológica y psicológica); las vinculaciones de la comida con el desarrollo de implicaciones intelectuales del ser humano así como el estudio de las relaciones de la gastronomía con determinadas expresiones artísticas y filosóficas; prestando especial atención a la bibliografía concreta que contempla teoría e historia de la gastronomía; las bases de la antropología de la alimentación y el origen de la nutrición. Todo lo anterior para obtener un conocimiento amplio y multidisciplinar sobre la gastronomía, en primer lugar, y sobre las características del periodismo especializado, en segundo lugar; con la intención de establecer los rasgos concretos e unívocos desde los cuales desarrollar y defender la cultura de la alimentación, en un sentido general, y la cultura gastronómica en particular. Pero también para determinar si la divulgación que realiza el periodismo como ente transmisor de actualidad y conocimiento, podría obtener en este sentido un papel destacado a través de la publicación especializada en gastronomía, lo que responde a uno de los objetivos de esta investigación.

Esta labor también me ha servido para determinar las características de aquello que considero gastronomía, democratizando su durante muchos años concepción elitista, aspirando a desgranar su complejidad, más allá de la elaboración culinaria, para aglutinar



lo que desde mi punto de vista son los aspectos que señalan la importancia de la comida en las sociedades; además de por motivos obvios de subsistencia, por su contribución al desarrollo e influencias de muchos otros campos del saber así como de la propia evolución gastronómica y culinaria de nuestro país. Todo ello teniendo presente, al objeto de destacar su labor, el papel de la revista especializada en gastronomía, fuente de información y divulgación para el público, que se ha preocupado de mostrar a la sociedad no sólo el lado lúdico, como veremos, de la gastronomía, sino que ha destacado, con más o menos éxito, su potencial intelectual.

He trabajado esta bibliografía recopilada mediante los catálogos digitales universitarios como Rebuin, Cisne, Bucea, Dialnet, y bases de datos propias de varias editoriales de gran tradición literario-gastronómica, añadiendo a la misma el trabajo in situ en las principales bibliotecas que componen la investigación que ha servido para contrastar, corroborar datos o detectar errores. La misma se indica convenientemente en cada capítulo en el que se citan y se encuentra recopilada, como no puede ser de otro modo en un trabajo de estas características, en el apartado final bibliográfico. Dicha recopilación supone el corpus documental con el que se argumenta y sostiene el fondo conceptual de esta investigación en su conjunto.

La segunda fase relativa a la revisión bibliográfica y documental ha tenido por objeto la localización concreta de los escasos trabajos de investigación que versan sobre el fenómeno gastronómico abordado desde el campo del periodismo; también con el periodismo especializado que hubiese podido abordar el concreto objeto de estudio de este trabajo. Investigación que ha dado resultados negativos en lo que a revista especializada en gastronomía se refiere.

La tercera fase de revisión bibliográfica y documental tiene que ver con el grueso de la investigación en sí, es decir, con el objeto de estudio: localización, cuantificación, clasificación y selección de cabeceras específicas con las que abordar el origen, desarrollo y/o evolución de las revistas especializadas en gastronomía.

Para la localización del material objeto de estudio he realizado múltiples consultas en Rebuin junto con los catálogos digitales propios de la Biblioteca Nacional de España y de la Hemeroteca Municipal de Madrid.

En primer lugar, realicé una primera búsqueda de cabeceras gastronómicas y/o culinarias basada en año o antigüedad para determinar el punto de partida desde el cual comenzar la investigación, en su objetivo de localizar el origen de la publicación periódica especializada en gastronomía en nuestro país.

Tras este primer paso, centré la investigación en los fondos de la Biblioteca Nacional y de la Hemeroteca Municipal de Madrid a través de sus catálogos digitales por considerar que constituyen las mejores fuentes posibles y accesibles –sus catálogos presentan algunas replicas en otras bibliotecas del territorio nacional, de ahí que sean las dos fuentes principales que centran este trabajo pues son las que conservan los ejemplares en cuestión, en prácticamente la totalidad de los casos. Hasta donde llega mi investigación sólo cabe mencionar la excepción que supone la localización de la publicación *El Piripipao* (Biblioteca de Cataluña), publicación que por relevancia e influencia de sus autores se incluye en este trabajo aunque el formato no se corresponda con las características propias de una revista; su justificación se explica convenientemente en el apartado correspondiente del presente trabajo-.

Por otro lado, una vez examinado el material objeto de estudio, según se avanza sobre el mismo, se detecta la necesidad de contactar con el testimonio de determinadas personas relacionadas con las publicaciones para despejar algunos interrogantes. A las mismas realicé una serie de preguntas mediante la fórmula de entrevista o el envío de cuestionario, según el caso (estas personas responden a dos perfiles: 1) responsables de publicaciones gastronómicas, y, 2) periodistas cuya participación en las mismas resultó relevante, bien por su propia carrera profesional dentro de la revista donde publica, bien por detectarse su presencia durante un gran periodo de tiempo de la publicación o participación en publicaciones coetáneas). Las entrevistas se realizaron vía mail y de manera presencial en algunos casos. Para la confección del cuestionario se siguieron las pautas marcadas en la obra anteriormente señalada (Sampieri et. al 2007) y la tecnología de Google (creación de encuestas). Los resultados y sus aportaciones constan de manera específica en los capítulos donde se citan.

## I.II Clasificación y Categorización

Las labores propias de clasificación y categorización, fase cualitativa, han estado supeditadas a la localización previa de ejemplares y su cuantificación, y se han llevado a cabo a través de los fondos de las dos fuentes anteriores. Para la gestión y organización de esta documentación –publicaciones periódicas formato revistas- se han empleado, en primer lugar, las herramientas contenidas en el gestor bibliográfico Zotero. A través del mismo y examinando cada publicación, he asignando etiquetas invariables a cada cabecera, es decir, aquellas etiquetas que permanecen estáticas tales como periodicidad, empresa editora, año de publicación, etc., al objeto de listar las publicaciones en un primer momento.

Las tareas de clasificación y categorización, se han realizado mediante los resultados aportados por las múltiples búsquedas a través de los catálogos digitales tanto de la Biblioteca Nacional como de la Hemeroteca Municipal de Madrid de diferentes términos o palabras clave. Estas búsquedas responden a la localización de ejemplares específicos de la materia objeto de estudio para posteriormente, con su revisión, determinar posibles tipologías, así como para realizar con criterio la selección de la muestra final analizada de manera pormenorizada.

La variedad de los términos utilizados ha sido necesaria porque desde la primera toma de contacto con el material que en principio podría ser susceptible de estudio, se detecta el conglomerado en el cual están catalogadas estas publicaciones en origen. Es decir, que antes de poder cuantificar, esta investigadora ha procedido a localizar todas las publicaciones que incluyesen como etiqueta para la catalogación bibliotecaria en las dos instituciones anteriores, los siguientes términos, los cuales, como digo, pueden estar contenidos en una misma cabecera aun cuando al ser examinada, la misma resulta accesoria o no es determinante para establecer una tipología concreta. Dado que es la primera vez que se procede a realizar un estudio como éste, la presente investigadora puede confirmar como se ha venido aplicando un criterio completamente arbitrario, o, común y amplio, según se mire, sin la necesaria reflexión previa. De tal modo que todas las publicaciones que incluyen recetas, son de cocina, y también son gastronómicas, e incluso pueden acompañarse de los términos turismo o enología, e incluso zodiacos gastronómicos,

o recopilaciones de notables comidas por parte de miembros de academias gastronómicas que editan una especie de boletín sin mayor motivo que el de listar los platos servidos en determinados encuentros, excusa que las conduce inexplicablemente a la categoría prensa-revistas; es decir, sin atender al volumen y razón o justificación desde la óptica periodística sobre la materia tratada en su interior; tampoco al estilo, tono, profundidad, alcance o valor de sus contenidos. Este hecho ha dificultado bastante la confección del listado final propuesto así como la selección de cabeceras analizadas en profundidad, entendidas éstas como productos destacados, verdaderamente especializados, con calidad editorial, y con vocación periodística y de servicio, es decir, enfocada y dirigida al público lector y profundizando en la temática abordada (o superando la exposición de la clásica receta).

Los términos, aislados o combinados, que han permitido la localización de ejemplares a través de la “búsqueda avanzada” de cada catálogo, dentro del campo denominado “materia”, marcando previamente como opción del material solicitado “prensa/revistas”, han sido:

- Revista
- Cocina
- Receta
- Gastronomía
- Femenina
- Alimentación
- Enología
- Vino
- Hostelería
- Restauración

- Viajes, viajar y turismo (búsqueda colateral que no se contabiliza de manera específica pero que, al ser detectada, ayuda a determinar la influencia y repercusión en el ámbito editorial de la adhesión de la revista gastronómica al sector turístico, en primer lugar, y más tarde, al denominado turismo gastronómico. De hecho, tal y como se podrá comprobar, el maridaje gastronomía-turismo tendrá una influencia determinante en las primeras publicaciones y en el desarrollo económico del país a su periodo ligado).

Tras esta búsqueda, realizo un examen de conjunto sobre el total de cada publicación susceptible de formar parte del concepto de publicación especializada en gastronomía, pues insisto en que ha habido casos en que una publicación basada en el “recetario” era al tiempo “gastronómica” (como se explicará más adelante son términos ligados y complementarios por cuanto la cocina da sentido a la gastronomía y la gastronomía es posible gracias a la cocina, pero este trabajo aspira a una clasificación mayor o perfeccionada en función de los contenidos, su profundidad y posibles conexiones con otra áreas de la actividad humana; en otras palabras, que no esté basada en ese aspecto común y reconocido que es la receta).

Este examen ha servido para determinar la tipología (corporativa, profesional, promocional, periodística o divulgativa, y, la determinación de publicación formato revista pues no todas efectivamente lo eran, ni en forma, ni en fondo).

Dada la inexistencia de material de ayuda o recopilación anterior a la realizada aquí sobre el objeto de estudio, así como la complejidad o indefinición de su clasificación por parte de las instituciones que custodian el material, completamente alejados a los criterios que se utilizan aquí y que pretenden ampliar el conocimiento sobre el material expuesto recogiendo y al tiempo aislando su complejidad; atendiendo a los distintos tipos de publicaciones detectadas, la localización anterior incluye igualmente la búsqueda completa, tanto en la Biblioteca Nacional como en la Hemeroteca Municipal de Madrid, de cualquier publicación catalogada por ambas instituciones como “formato revista” o “prensa-revistas”, es decir, consideradas publicaciones periódicas, independientemente del periodo de vigencia de las mismas, su periodicidad y verdadera naturaleza. Se buscan por tanto, publicaciones catalogadas también con las siguientes periodicidades:

- Anual y/o Almanaque
- Semestral
- Cuatrimestral
- Trimestral
- Bimensual
- Mensual
- Quincenal
- Semanal

Este aspecto es relevante para determinar la localización y contemplación de aquellas publicaciones periódicas que han sido antecedentes de la publicación periódica especializada en gastronomía de España. Es decir, para la detección de las más antiguas al objeto de poder señalar un punto de partida así como dejar constancia de sus características, relevancia, legado y paso por la historia.

## **II. Fase descriptiva**

### **II.I Selección y análisis del objeto de estudio**

Una vez recopilado el listado que arrojan las búsquedas de los términos y características anteriores con resultado positivo, paso a realizar un segundo examen para poder proceder a una segunda selección sobre aquellas revistas que serán analizadas de manera pormenorizada.

En función de este análisis y la comprobación de datos y equilibrio temático interior considero, en primer lugar, los siguientes aspectos:

- Periodicidad regular, publicación periódica.
- Tipología: detección del formato y características de “revista”.

- Destinatarios público general. Obsérvese que se localizan y cuantifican pero no constan como objeto de este estudio las publicaciones: 1) de índole corporativo, 2) aquellas que forman parte de empresas de comunicación y/o publicidad y/o responden al encargo de marcas y/o locales, 3) tampoco las profesionales con la excepción de varios ejemplares estudiados por su relevancia, antigüedad e influencia de origen o autor/es-, y, 4) las originadas como complemento – cuadernillos puntuales- o suplementos periódicos de otras cabecera consideradas como la publicación principal.
- Presencia o disponibilidad en el territorio nacional (con dos únicas excepciones ligadas a Cataluña por motivos justificados y convenientemente explicados).
- Contenido equilibrado, es decir, no basado exclusivamente en la receta, con inclusión de contenidos dedicados a la cocina y la gastronomía, y contemplando aspectos culturales y/o de carácter formativo, síntesis histórica, reportajes en profundidad a la materia ligada, y, recomendación, análisis y/o críticas sustentadas o argumentadas cuyo destinatario no posee perfil técnico. Es decir, función divulgativa.
- Inclusión y tratamiento de la enología como parte indisoluble de la gastronomía, en proporción igual o menor a la presencia de contenidos alimentación-cocina. Quedan por tanto excluidas de esta investigación las revistas consideradas exclusivamente enológicas en su totalidad.

Tras esta observación, y familiarizada con el material objeto de estudio, realizo otro análisis sobre una muestra seleccionada de varios ejemplares de cada cabecera, ejemplares seleccionados de entre el total de los números publicados durante los años de vida de la publicación (aunque este aspecto en la mayoría de las veces ha estado sujeto a la disponibilidad física de los ejemplares custodiados en la Biblioteca Nacional y la Hemeroteca Municipal de Madrid, el ratio de consulta ha sido de entre cinco y quince según vigencia de publicación).

Dicha selección ha supuesto una muestra lo suficientemente amplia para determinar su importancia e inclusión en el análisis final; también para ratificar que la

publicación responde a las características o requisitos considerados para defender la categorización.

En función de lo anterior, realizo la selección final de las cabeceras que han sido analizadas en su totalidad y que constituyen el grueso de esta tesis doctoral. Es decir, reviso cada uno de sus ejemplares disponibles estableciendo o destacando:

- Origen.
- Estructura.
- Autores y colaboradores.
- Fases editoriales.
- Contenidos (aquellos que suponen o representan el espíritu de cada revista, lo que la hace singular con respecto al resto, por un lado, y los contenidos que se corresponden con periodos claves del desarrollo de la gastronomía del país en sentido general, así como parte de la alta cocina y sus figuras –las más significativas o representativas-, con sus aportaciones o contribuciones tanto a la evolución gastronómica en sí como a las de las propias publicaciones).
- Firmas destacadas.
- En casos concretos, fin de la publicación o trasvase digital (convivencia o sustitución).
- Repercusiones y/o relaciones y/o influencias entre periodos y cabeceras.

Dicha selección supone el establecimiento del origen y el desarrollo de las publicaciones especializadas en gastronomía en formato revista soporte papel. Se trata por tanto de la primera recopilación en firme sobre este producto temático periodístico concreto. El análisis de las treinta y una cabeceras examinadas durante el periodo vigente de cada publicación, da lugar a este trabajo titulado *Génesis y evolución de la revista gastronómica en España*, y abarca el estudio de las mismas desde el siglo XIX hasta diciembre de 2012, año con el que se pone fin al objeto de estudio.





## Parte II. Periodismo y Gastronomía



## **Capítulo 1. Evolución y contexto del periodismo gastronómico español**



## 1.1 Aproximación a la historia del periodismo gastronómico en España

La presente tesis doctoral se centra en la génesis y evolución de la revista gastronómica española. Sin embargo antes de abordar la materia específica creo pertinente ofrecer, en primer lugar, el origen y recorrido temático por otros medios impresos y audiovisuales cuya influencia gastroinformativa<sup>1</sup> y gastrocultural resulta ineludible. Valga, no obstante, una primera advertencia al lector de este trabajo: a continuación se repasará el reflejo de la gastronomía por los medios de comunicación relevantes del panorama mediático nacional, sin profundizar de forma individual en cada uno de ellos, dado que dicha tarea supondría la construcción de otra investigación con entidad propia, pero sí ofreciendo un hilo conductor básico y fiable que servirá, además de para contextualizar esta tesis dentro del amplio panorama del periodismo especializado.

Esta contextualización reunida de manera conjunta e inédita hasta ahora, supone un primer paso obligado para acercarse y comprender las dimensiones de un fenómeno periodístico en eclosión que esta investigadora no ha querido eludir o pasar por alto, dada su inexistencia hasta la fecha y su calado profesional y académico.

Se trata pues de una mínima historia. Un primer acercamiento del que sin duda partirán más investigaciones. También se trata de un reconocimiento a todos aquellos periodistas que abrieron camino, a los que más tarde consolidaron la temática dando origen a la especialidad y a los que, actualmente, estamos trabajando en la misma.

Las siguientes páginas tomarán el artículo de costumbres como antecedente relacionado con el posterior desarrollo temático-periodístico de la gastronomía y sus respectivos géneros, para culminar con la repercusión actual de contenidos gastronómicos

---

<sup>1</sup> Quiero señalar o advertir al lector del presente trabajo que a lo largo del texto que compone la presente tesis doctoral con la que aspiro a conseguir el estatus de Doctora en Periodismo, aparecerán con frecuencia múltiples términos a los que se añade el prefijo *gastro*-. En un principio, pensé desgranar cada uno de estos términos en un glosario final, sin embargo y a pesar de que la Fundeu [<http://www.fundeu.es/recomendacion/gastro-nuevo-significado-1230/>] toca el tema en su vertiente más comercial, dando por buenas o correctas dichas combinaciones o neologismos, fruto sin duda de la moda gastronómica actual, hago extensible dicha concesión a la combinación de otros términos como gastroperiodismo, gastroinformaciones, etc., y cuantas posibilidades de combinación nos brinde nuestra profesión.

y culinarios cuya presencia es evidente en la actualidad, sobre todo en medios como la televisión o internet.

Es un hecho que el auge que hoy experimentan los contenidos gastronómicos en los medios de comunicación (con la televisión y la figura del chef mediático a la cabeza), hacen necesario que se citen aquí con la idea de contextualizar el ámbito y la presencia de la temática, en una aproximativa primera línea temporal, al objeto de dibujar su posible historia, insisto aún por estudiar y escribir, para llegar finalmente a la eclosión gastroinformativa en la actualidad.

Subyace en los epígrafes siguientes la idea de señalar futuras perspectivas de investigación con la clara intención de asentar, académicamente, la vigencia de una temática que ha estado presente en nuestros medios prácticamente desde el instante de su nacimiento, y que los investigadores, hasta hace escasos años, habíamos dejado de lado.

Notas necesarias que deben mencionarse por encerrarse en ellas los pasos que todos los profesionales del periodismo gastronómico hemos seguido, sin ser del todo conscientes de su importancia a la hora de abrir camino y en la lógica evolución del ejercicio de la profesión.

Insisto en que los datos apuntados proporcionan una visión holística sobre el periodismo de alimentos, cocina y gastronomía en toda su acepción -alimenticia, hedonista y socio-cultural-, con algunos de sus protagonistas deliberadamente mencionados por su repercusión o relevancia.

Este aspecto se verá reducido más adelante a uno solo de estos medios de comunicación, la revista especializada en gastronomía, que se tratará en profundidad por ser el objeto principal de la presente investigación.

### 1.1.1 Pícaros, costumbristas y románticos

Novela picaresca, costumbrista y romántica. A las tres debemos el origen del artículo de costumbres. Hablar de periodismo, y hablar de periodismo y gastronomía, supone citar, en primer lugar, el artículo de costumbres para señalar un género cuyas características comparte denominadores comunes con el origen de unos todavía inexistentes artículos gastronómicos. Sin embargo, la afición por la descripción y el detalle junto a la mención expresa de alimentos, platos, festejos y profesiones con las que se visten personas y vidas van a estar presentes, como veremos más adelante, en muchos de ellos, trazando así una avanzadilla gastroperiodística.

La definición de género de costumbres ligado a la literatura no está exenta de complicaciones. Su variedad temática, donde la comida aparece en forma de notas sobre alimentación, con el ritual o las costumbres y relaciones sociales en torno a la mesa de manera destacada, así como la descripción de elaboraciones y procesos artesanales de productos insertos en la novela de costumbres, hacen del género literario costumbrista el punto de partida gracias al cual la prensa da cabida al artículo de costumbres. En el mismo encontramos, además, las huellas inconfundibles (detalles cotidianos sobre alimentos, cocinas, profesiones, objetos, individuos y sociedad) que lo relacionan con el hoy catalogado como periodismo gastronómico, donde la crónica y la crítica gastronómica representan mayor grado de conexión con esas notas del pasado.



Ilustración Diego Montoya.

Esa cotidianidad inserta en los artículos de costumbres -en la que la riqueza de detalles es la nota principal, así como las virtudes y defectos sociales- queda reflejada, en un primer momento, en la novela picaresca. Tras la cual, y teniendo presente las dificultades que entraña establecer géneros, debemos tomar las múltiples referencias sobre productos y cocina manchega reflejadas en muchas de las obras de Miguel de Cervantes<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Un buen ejemplo se encuentra recopilado en *Los alimentos manchegos en la obra de Cervantes*, artículo firmado por M<sup>a</sup> Eugenia Gil Merlo, M<sup>a</sup> Cruz Matallana y Esperanza Torija. Cuaderno de Estudios Manchegos nº 35, 2010.



para concluir que las novelas costumbrista y romántica tomarán su testigo, perfeccionándolo y originando un género propio. Un género que se verá ampliado para culminar con textos más breves y en un soporte único, unas páginas de publicación diaria tan imprescindibles entonces como resultan ahora para cualquiera que aspire a comprender la realidad que le rodea: la prensa periódica.

En el periódico, inserto entre sus páginas, el costumbrismo, cuyo auge o autores clave pertenecen al siglo XIX, retratará los pormenores de su tiempo, y lo hará con gracia, ironía y minuciosidad. Con la clara intención de advertir o señalar cuestiones relevantes para el país y su devenir. Un legado gracias al cual comprendemos mejor gentes, políticas y comportamientos. Un testimonio, al fin y al cabo, con el que se narra la intrahistoria nacional que con tanta frecuencia nos define.

Las posibilidades del costumbrismo a la hora de escribir hacen necesaria, en primer lugar, una importante aclaración hartamente señalada pero que no debo dejar pasar por alto dada su trascendencia en el ámbito académico. Me refiero a la que hace notar la diferencia entre costumbrismo y artículo de costumbres, aspecto en el que han coincidido la mayoría de investigadores a la hora de establecer género y origen.

Esta cuestión, que como digo aflora con frecuencia en abundantes textos académicos, ha sido estudiada por nombres tan familiares como Pilar Palomo, Celia Forneas, José Escobar Arronis, E. Correa Calderón, etc., y por la investigadora de la Universidad de Alicante, María de los Ángeles Ayala<sup>3</sup> cuyo trabajo, junto al de Evaristo Correa Calderón, se toma aquí como primera referencia, al objeto de señalar o dejar clara la senda que tomarán, una vez definido el género, los primeros artículos de costumbres.

M<sup>a</sup> Ángeles Ayala, volcada principalmente en lo literario, recogiendo el legado anterior –sobre todo el dejado por el eminente Evaristo Correa Calderón–, sostiene que la crítica ha realizado su análisis del costumbrismo desde una perspectiva doble. Por un lado, atendiendo al significado genérico de la palabra costumbrismo como reflejo o descripción de las costumbres españolas, donde resulta clara la posterior relación con el periodismo y

---

<sup>3</sup> Ayala, M<sup>a</sup> de los Ángeles (1993). *Las colecciones costumbristas 1870-1885*, Universidad de Alicante.

el artículo de costumbres; por otro, como género literario independiente que se desarrolla y difunde especialmente en el Romanticismo, (Ayala, 1993).

Con la primera de estas dos perspectivas agruparíamos los géneros literarios tales como la novela cortesana o picaresca, el teatro popular español con sus variedades de pasos, entremeses y sainetes, y la denominada comedia de costumbres, donde se detallan minuciosamente los ambientes y donde queda registrado el argot o expresiones populares del momento.

Será la novela picaresca la que dé lugar a la sátira social y la escena costumbrista.

El costumbrismo romántico que surge años después queda situado a finales del siglo XVII por Evaristo Correa Calderón (Correa, 1964), quien junto a José Luis Varela (Varela, 1970), señala que durante el primer cuarto de este siglo se detectan los primeros indicios de un género literario todavía en ciernes; ambos investigadores citan a autores como Antonio Liñán y Verdugo o Juan de Zabaleta como claras y primerizas referencias.

Estos dos autores serán precursores del romántico español, autores que introducen en sus obras personajes callejeros, cortesanos, ladrones, rufianes, mendigos, etc. Y serán los responsables de avanzar un costumbrismo didáctico-moral que procede de la novela picaresca barroca y que prescinde de la fábula (Varela, 1970). Es decir, un tipo de literatura que se recrea en lo real, donde la figura humana y las descripciones ambientales cobran relevancia.

En una de las obras del célebre Cervantes encontramos el punto de partida del costumbrismo literario. M<sup>a</sup> de los Ángeles Ayala (Ayala, 1993) señala (no sin antes advertir que hay menciones anteriores sobre este hecho, como la de hace Francisco Blanco García en *La Literatura Española en el siglo XIX* de



Portada primera edición de Novelas ejemplares, 1613.

1891) que, desde que Marcelino Menéndez Pelayo afirmara<sup>4</sup> que el género costumbrista se inicia con el relato cervantino *Rinconete y Cortadillo*, los libros y manuales universitarios, así como los estudios especializados posteriores a los que dio lugar, ninguno de ellos ha dejado de hacerse eco de este juicio crítico.

*Rinconete y Cortadillo* es la obra común y representativa (Correa, 1964:3) de la novela costumbrista; obra en la que sus personajes comen pimientos en la casa de la cofradía de los ladrones. He aquí una primera nota de costumbres gastroalimentarias de la época, de la que Cervantes se hará eco describiendo entre la trama de sus novelas las actividades relacionadas con la agricultura, la ganadería y la alimentación. En las mismas citará con frecuencia platos tan comunes como guisos y ollas, flores -masa frita con miel-, buñuelos, pisto elaborado prácticamente con los mismos ingredientes con los que ha llegado hasta nuestros días, o las celebradas empanadas, campesina y panadera (Gil, Matallana y Torija, 2010).



Lazarillo de Tormes.

Con Cervantes y su *Rinconete y Cortadillo* dará los primeros pasos el costumbrismo como género literario; aunque Evaristo Correa Calderón incide en que es posible encontrar muestras de este tipo de carácter costumbrista en obras que muestran a su vez vestigios de novelas picarescas y cortesanas. Obras literarias de los siglos XV y XVI en los que autores como Alfonso Martínez de Toledo, Antonio Torquemada o Eugenio de Salazar, presentan “curiosos aspectos” de la vida española de entonces (Correa, 1964), que se detectaban también en la obra titulada *Guía y avisos para forasteros* de Liñán y Verdugo publicada en 1620; y que también aparecían en la novela picaresca descrita por Quevedo como literatura del hambre, de entre las cuales, *El Lazarillo de Tormes*, de mediados del XVI<sup>5</sup>, representa la novela con la que concluir que el género costumbrista venía gestándose tiempo atrás.

<sup>4</sup> *Estudios de crítica literaria* publicado 1908 por Marcelino Menéndez Pelayo. Citado en la obra de M<sup>a</sup> de los Ángeles Ayala, *Las colecciones costumbristas 1870-1885*; de ahí la posterior discusión mantenida entre los estudiosos del género sobre quién se adelantó a quién al aseverar que la obra de Cervantes *Rinconete y Cortadillo* fue la precursora de la literatura costumbrista.

<sup>5</sup> El ejemplar más antiguo encontrado hasta la fecha data de 1554, según la última actualización de la enciclopedia libre Wikipedia.

Se establece así el árbol genealógico de la literatura costumbrista, en el que la novela picaresca origina la sátira social de la que parte el cuadro costumbrista. La evolución del tiempo transformará la moralidad de las obras literarias del XVII durante los siglos XVIII y XIX con la preocupación de los autores, empeñados en reflejar una realidad cuya percepción es el final de ciclo. Señalar problemas e incertidumbres propias de su tiempo será una de las principales diferencias del costumbrismo durante la primera mitad del siglo XIX.

La otra perspectiva de estudio es la que pasa por la prensa, la que habla del género que interesa aquí dado que en él se encuentra la semilla del posterior -y todavía lejano- desarrollo de la temática gastronómica con autonomía propia, en la que el avance de las publicaciones agrarias del periodo compartido contribuirá en buena medida. Será la prensa agraria la que, sin perseguir dicha finalidad, resulte determinante para señalar la importancia de las cosas del comer, en este caso de la garantía de su producción, relevancia económica y trascendencia social.<sup>6</sup>

Resulta evidente que el costumbrismo romántico avanza con el periódico a partir del XVIII (Fuentes, 1998), donde se publican poesías y obras narrativas que bien, en formato breve o por capítulos, limitadas por la condición de espacio del periódico (Palomo, 1997), están destinadas al gran público. La nueva modalidad de escritura evoluciona como género durante el XIX cuando añade a la actividad política, acontecimientos de actualidad como parte de sus propiedades, diferenciándose así del resto de manifestaciones costumbristas.

Mariano José de Larra (1809-1837), Mesonero Romanos (1803-1882), Estébanez Calderón (1799-1867) o José Clavijo y Fajardo (1726-1806) serán algunas de las figuras o articulistas más destacados. En el terreno gastronómico la firma del Dr. Thebussem (1828-1918)<sup>7</sup> aparecerá con frecuencia en la prensa nacional, con el género epistolar. El

---

<sup>6</sup> *El periodismo gastronómico. De las recetas de las portadas a los periódicos. Análisis del anuncio del cierre de ElBulli en los principales diarios.* Yanet Acosta. Congreso Prensa y Periodismo Especializado, Guadalajara (2010).

<sup>7</sup> Mariano Pardo de Figueroa más conocido por el seudónimo Dr. Thebussem, (1828-1918).

padre de la "literatura postal"<sup>8</sup>, además de noble personaje social, fue un individuo culto y reconocido gastrónomo, autor de la famosa y fingida polémica gastroculinaria -auspiciada por el monarca Alfonso XII- mantenida a través de misivas con José de Castro y Serrano (quien firmaría las cartas como 'Un cocinero de Su Majestad'). Estas cartas, escritas entre 1876 y 1882, fueron publicadas en *La Ilustración Española y Americana*, y más tarde reunidas en el libro *La mesa moderna. Cartas sobre el comedor y la cocina cambiadas entre el Doctor Thebussem y un cocinero de Su Majestad*, por la Librería Fernando Fe, en 1888.

A Thebussem le saldrá un admirador que adoptará el pseudónimo *Post-Thebussem* que se corresponde con la figura del político, articulista y gastrónomo, Dionisio Pérez (1872-1935). La idea de una cocina común como país pero diversa en cuanto a regiones será una de sus más grandes aportaciones a la historia del periodismo gastronómico.

A pesar de convivir en el periodo, la fama del costumbrismo periodístico queda acaparada, entre otros, por los autores anteriores. Y así lo reconocemos hoy cuando nos hacemos eco de la definición que del género periodístico dejó uno de sus autores más célebres, Mesonero Romanos, para quien también la prensa periódica, es decir, el medio de difusión, determinará sus condiciones formales (Forneas, 2005:293).

---

<sup>8</sup> El Dr. Thebussem, reputado gastrónomo, debe su puesto de honor en la historia sobre todo por haber sido el primer español que puso en circulación, en mayo de 1873, las tarjetas postales que estaban a disposición de los españoles desde 1871 pero que ningún ciudadano había adquirido. Fue nombrado primer cartero honorario de España en 1880.

### 1.1.2 El artículo de costumbres

El artículo de Mariano José de Larra titulado *El Café*, publicado en *El Duende Satírico del Día* en 1828 (Ayala, 1993:22), goza de consenso al ser considerado el artículo en el que confluyen, por primera vez, todos y cada uno de los atributos que debe poseer un artículo de costumbres; el cual, reflejará la personalidad e intereses o preocupaciones político-sociales del autor. *El Café* avanza la idea de la presencia, cotidianidad e importancia del lugar que representan estos lugares como punto de encuentro y reflejo de la sociedad. El lugar perfecto desde el cual se forja el artículo es al mismo tiempo la plaza idónea donde



Mariano José de Larra,  
1809-1837.

se asienta Larra para tomar el pulso al pensamiento de la época. En este café, la nota o coincidencia gastronómica es apenas escenario.

El café es el lugar en el que se recrea el autor representando, aunque sea tímidamente, esa aproximación a uno de los objetos de interés en este capítulo de la presente tesis doctoral: el reflejo de lo gastronómico en la prensa. No ocurrirá lo mismo en los artículos que se citarán más adelante, en los que la alimentación y las profesiones a ella ligada adquieren peso, incluso rango cuasi protagonista en algún caso.

Regresando al debate sobre fechas y artículos para establecer el origen del artículo de costumbres, estudiando la bibliografía existente no queda sino reconocer que encontramos similitudes con el género en artículos periodísticos anteriores.

Aunque la mayoría de críticos prefieren centrar el estudio del costumbrismo moderno en desarrollo con la prensa romántica, por ser ésta, al fin y al cabo, el vehículo de difusión de los artículos de los escritores que fijan, en definitiva, las características del género, Clifford Marvin Montgomery (Ayala 1993:19) señala en *Early costumbrista writes in Spain 1750-1830* a Eugenio García Baragaña y su folleto sobre el toreo de a pie titulado *Noche Phantástica*, fechado en 1750, como la primera muestra de artículo de costumbres publicado en nuestro país. Artículo que supone cierto retraso con respecto a los

precursores ingleses, Joseph Addison y Richard Steele<sup>9</sup>, quienes hacía algunos años venían publicando artículos de costumbres en *The Tatler*, fundado en 1709. Género o estilo de redacción que pasará de Inglaterra a Francia y de allí a España, donde Mariano José de Larra y Mesoneros Romanos serán auténticos maestros (Forneas, 2005).

El artículo de costumbres tiene especial relevancia por cuanto representa en el ámbito literario y periodístico donde origina un género propio. En el ámbito del periodismo especializado en gastronomía, especialidad estrella en la actualidad, se aplicarán con profusión parte de sus características, donde la descripción detallada de los hábitos relacionados con la alimentación se centrarán, sobre todo en sus primeras fases, en los consumos del momento con la vocación de orientar y aconsejar al lector. Sus metas además de distar en el tiempo, distan en cuanto a objetivos: el artículo de costumbres que persigue el cambio social, convive con escritos culinarios de autores como el citado *Dr. Thebussem*<sup>10</sup> y con obras como recetarios y manuales. La nota gastronómica del periodo, aspira a ilustrar o aconsejar en cuestiones de alimentación, cocina y protocolo en un primer momento; años más tarde, crónica y crítica gastronómicas, géneros aventurados por *Thebussem* en sus cartas a través de las cuales narraba experiencias, aconsejaba sobre normas, servicios y platos, quedarán asociados al ocio y el consumo más que a cuestiones de relaciones y sociedad. Recogerán su testigo evolucionando la información sobre alimentación y cocina para instalarse con derecho propio en la opinión (en el que priman el hedonismo y el disfrute sensorial), lugar desde el cual sacarán jugo al hecho gastronómico.

Este artículo de costumbres que abarca desde finales del XVII hasta el siglo XIX, es irregular en cuanto a periodicidad y goza de total independencia estilística. Por lo general responde a una composición breve, de temática variada, que atiende a la sátira de costumbres populares. Un aquí y un ahora en el que abunda la riqueza de detalles sobre escenas, lugares, sucesos o incidentes, también el reflejo de la desidia profesional (ahí queda el *Vuelva usted mañana* de Mariano José de Larra de eterna vigencia nacional).

---

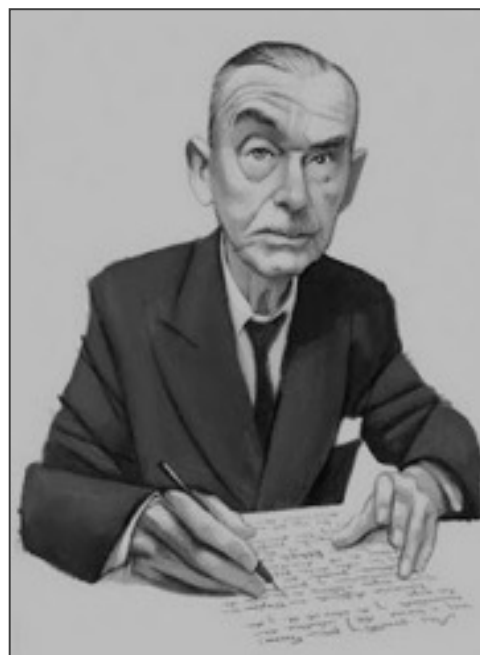
<sup>9</sup> Idea y autores se recogen o citan al respecto tanto en la obra *Movimientos literarios y periodismo en España* (Palomo, 1997), como en el artículo titulado *El artículo de costumbres: crónica, crítica, literatura y periodismo* (Forneas, 2005).

<sup>10</sup> Sus escritos de cocina adoptaron la forma epistolar.



En su intención moralizante esconden deseos de cambio; denuncian vicios e imperfecciones de la sociedad; son, en definitiva, artículos que sacan a luz aquellos “defectillos leves de ignorantes y maliciosos” (Forneas 2005:297), mientras el lector desplegaba la sonrisa o la indignación identificando personajes. Son textos brillantes, pintorescos y humorísticos, tan peculiares por cuanto mezcolanza encierran. Una fusión que también se produce en cuanto a fondo y forma pues están a medio camino del cuento y el ensayo juntos<sup>11</sup>, de ahí su complejidad.

Quizás el cúmulo de rasgos anteriores inspiró la descripción de Camilo José Cela (Forneas, 2005:294) al diferenciar estos escritores del resto de coetáneos, agrupándolos bajo la expresión románticos impuros. Sus huellas en la historia fueron las de la transgresión periódica al amenizar y criticar su tiempo con un género cuya influencia se ha reflejado en literatura y artículos para alcanzar con variada contundencia la actualidad.



Thomas Mann. Ilustración de Fernando Vicente.

Es éste un viaje de ida y vuelta, dado que la proyección del artículo de costumbres hacia otros géneros es incuestionable, así como su importancia humanística. Nace de la novela y a ella regresan sus características en numerosos ejemplos literarios y periodísticos alejados ya de ese primer periodo.

Abunda, por ejemplo, en la novela de la segunda mitad del siglo XIX; también en la de principios del XX donde *La Montaña Mágica* de Thomas Mann resulta ejemplar en cuanto a riqueza de detalles y descripciones que ayudan al lector a hacerse cargo de las peculiaridades que rodean a los personajes. Auténticas fotografías textuales, pasajes indispensables para comprender el funcionamiento del lugar donde su principal protagonista, Hans Castorp, pasa buena parte de su juventud diseccionando controversias,

<sup>11</sup> Idea que recogen M<sup>a</sup> Ángeles Ayala (1993), Margarita Ucelay (1951) y María Celia Forneas Fernández (2005).



analizando enfoques o perspectivas políticas, sociedad, relaciones y comportamientos; también alimentos, platos y costumbres; detalles que amenizan, narrados con la maestría de un sabio conocedor de la complejidad humana y sus tormentos.

Las transformaciones que experimenta el protagonista de esta obra que transcurre en el Sanatorio Internacional Berghof tienen que ver tanto con el espacio como con el tiempo. Y es precisamente el tiempo a través de los horarios el que marca la pauta de la novela, en la que desayuno, comida y cena adquieren especial relevancia aquí por cuantos datos aportan para la comprensión de las costumbres sociales y la gastronomía del periodo en el que se desarrolla la acción. Mann asocia con dichas franjas horarias estados emocionales y relaciones sociales, nada nuevo si tenemos en cuenta que ambos aspectos afloran en el ser humano al sentarse a la mesa en compañía. Pero Mann lo hace con profusión y riqueza extraordinarias, al estilo costumbrista. La mesa, los alimentos, no escapan a la atención del autor por cuanta información proporcionan.

Y de la novela, las características regresan al artículo de costumbres contemporáneo, donde se detecta en la pluma de escritores y periodistas del siglo pasado. Como ocurre con los desaparecidos Camilo José Cela, Francisco Umbral, o Manuel Vázquez Montalbán, quien además de crónica política, escribió libros sobre cocina y el buen comer. Como Cela con sus viajes. Como se descubre al conectar la personalidad *bon vivant* de Umbral con su universo creativo no exento de costumbrismo.

En el caso de Montalbán, gastrónomo a su pesar, gastrónomo de pie en tierra, dejó una serie de artículos específicos para *El País* en agosto del año 2000<sup>12</sup>, además de la obra gastronómica fundamental *Contra los gourmets*, y de su mítico detective Carvalho. En los artículos imprimió las sensaciones que le produjeron platos y comidas con un estilo directo y detallista.

La figura del también desaparecido periodista y escritor Xavier Domingo, con su columnismo gastronómico publicado en las principales revistas políticas de la época (*Historia 16*, *Cambio 16* o *Historia y Vida*), resulta igualmente ejemplar en el terreno gastroperiodístico, así como en su relación con el artículo de costumbres cuyas notas

---

<sup>12</sup> Titulados “La vuelta a la cazuela de España. De Port Bou a Hendaya” han sido analizados por el profesor Fernando Sánchez Gómez (UPV).

estilísticas aparecen en sus escritos con claridad. Domingo editó también una publicación revista de vida efímera, *El Almanaque de los golosos y las guapas* cuyo primer número salió a la venta en diciembre de 1976<sup>13</sup>.

“En nuestros días, la mayor parte de los artículos de costumbres adoptan la forma de columnas y se han transformado notablemente desde que, durante la primera mitad del siglo XIX, se consolidaron como subgénero periodístico y literario”<sup>14</sup>. No podía ser de otra manera. Son estos artículos testimonios parciales, limitados por el espacio del periódico, donde se concentra de un modo asombroso la vida diaria española. Y en ellos reposan las huellas de sus antecesores, los protagonistas del periodismo español durante los siglos XVIII y XIX.

---

<sup>13</sup> Esta publicación se analiza más adelante, en el capítulo específico dedicado a la revista gastronómica.

<sup>14</sup> Entrecomillado de Julián Moreiras citado por Maria Celia Forneas en *El artículo de costumbres: crónica, crítica, literatura y periodismo*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, Universidad Complutense de Madrid, 2005. Vol. 11, p. 301.

### 1.1.3 El artículo de costumbres y la nota gastronómica

Los antecedentes de la inclusión de la cocina en los diarios españoles se la debemos a Mariano José de Nipo, quien además de modernizar la prensa, a partir de 1758, incluye recetas entre las páginas de su periódico *Diario noticioso, curioso-erudito y comercial, público y económico*<sup>15</sup>.

Alimentos, sabores, olores, procedencias, comportamientos, utensilios, lugares, profesionales o protagonistas en la venta de viandas van a tener cabida en el periódico y en el artículo de costumbres durante los siglos XVII, XVIII y XIX. Coexistieron con literatura culinaria, con recetas y recetarios, y con la información agraria en la que se desgranaban los pormenores de la actividad de la cual extraer parte de los alimentos disponibles. La razón de la prensa agraria será principalmente económica, y su desarrollo o apogeo se registrará a partir del siglo XIX; sin embargo, este tipo de prensa comienza a gestarse en el XVIII con la aparición del primer periódico especializado en agricultura, *El Semanario de Agricultura y Artes dedicado a los párrocos*. Con él se sentarán las bases de los modelos de publicaciones posteriores que prosperan por cuanto relevancia económica durante distintos periodos posee la temática para el país (Acosta, 2010:13).

Muchas de las menciones gastronómicas y alimentarias registradas en el artículo de costumbres sobre modales, o sobre el desarrollo de profesiones con ella relacionadas, aparecen con rango de inferioridad con respecto al eje o motivo principal que origina el artículo, pero también los hay protagonistas. Aportaciones gastroalimentarias que permanecen ante el lector como avanzadilla, como nota colorista que ilustra al tiempo que sirve de pretexto para realizar crítica social.

La inclusión de estas referencias tendrán la doble misión de amenizar, detallarán costumbres y retratarán la vida ordinaria. Al ser analizados desde la perspectiva del sustento, detectamos la alimentación disponible o ausente, los alimentos en días especiales, las características de la cocina, los rudimentos cortesianos así como las tareas ligadas a la ganadería y el campo, fuentes de riqueza en el ámbito rural.

<sup>15</sup> *El periodismo gastronómico. De las recetas de las portadas a los periódicos. Análisis del anuncio del cierre de ElBulli en los principales diarios*. Yanet Acosta. Congreso Prensa y Periodismo Especializado, Guadalajara (2010).

Las primeras relaciones relevantes entre artículo de costumbres y aproximaciones gastronómicas (resulta imposible considerar bajo ninguna premisa estos artículos como gastronómicos) pertenecen al siglo XVIII como veremos a continuación. Las características ya mencionadas dejan constancia de las costumbres sociales instaladas en el periodo del que dan cuenta o en el que se desarrolla la acción. En ellos encontramos la comida, la bebida y el conjunto de actividades que acompañan a la alimentación en cualquiera de sus posibilidades.

Este uso temático se aprovecha durante el periodo para explotar al máximo el objetivo del artículo de costumbres. Mediante giros lingüísticos, metáforas y sinonimias, los alimentos se convierten en el vehículo para la crítica de la sociedad y sus estereotipos.

Esas notas gastronómicas añaden realismo, mientras el lector es conducido hacia el verdadero objetivo moralizante. Menciones a mercados, plazas y productos; explicaciones, conversaciones y profesiones en torno a los alimentos que transcurren en este tipo de escenarios y que a menudo sirven para titular el artículo como ocurre en *El segador*, *El ventero*, *La castañera* o *El choricero*; son sólo algunos ejemplos.

A excepción del artículo titulado *El glotón que come al uso*, publicado durante el siglo XVII por Juan de Zabaleta, artículo en el que se alerta sobre los peligros del acomodo y la gula, son los siglos XVIII -Siglo de Oro, en letras y cocina- y XIX, donde aparecen con frecuencia estas menciones sobre consumo y uso de alimentos.

Este primer artículo de finales del XVII sirve, como servirá el resto de artículos que se mencionan a continuación, para esbozar, al margen de manuales y recetarios de cocina existentes en la misma época<sup>16</sup>, la gastronomía vigente. De ellos extraemos datos sobre alimentos disponibles. Algunos sirven para aproximarnos a su presentación. De otros, con clara intención rastreadora extraemos más por intuición que por explicación la metamorfosis de la receta en la gastronomía contemporánea.

---

<sup>16</sup> Algunos ejemplos de libros de cocina que “circulaban” durante el periodo (S. XVII): *Arte de cozina, pastelería, vizcochería y conferueira* (o *conservería* en ediciones posteriores) de Fco. Martínez Motiño (1611); *Libro del Arte de Cozina*, de Domingo Hernández de Maceras (1607); o el Panegírico al chocolate del Capitán Castro de Torres editado por Diego Díaz de la Corra (1640).

La relevancia de este primer artículo es manifiesta: escrito con intención dogmática y moralizante, Zabaleta arremete en el mismo contra las costumbres gastronómicas del periodo, avanzando temáticamente, es decir, elaborando un texto con la alimentación como sujeto co-protagonista, la materia a la que daría consistencia el reconocido como padre del periodismo gastronómico, el francés Grimod de La Reynière (1758-1838), quien en 1803<sup>17</sup> publicaría su famoso almanaque goloso, origen de la futura guía gastronómica<sup>18</sup>, el *Almanach des Gourmands or Calendrier Nutritif*.

Los intereses entre ambos autores serán sin embargo bien distintos. Para Grimod primarán la orientación y el consejo sobre el deleite sensorial, para Zabaleta, lo relevante será señalar y criticar los abusos de un pecado considerado capital.

En *El glotón* se mencionan los siguientes alimentos y platos propios de su tiempo: caldillo, migajas de pan tostado, vino, congrio, besugos cocidos o empanados, salmón, torreznos fritos, pollo guisado con alcaparras, platos de sazón, pucherillos de natas, criadillas, lechoncillos tostados, frutas y “tres o cuatro salsas nuevas” de las que no hay receta ni ingrediente que ilustre; todos estos platos enfatizan la adicción a la comida del comilón protagonista. Al mismo el autor reprochará que “sólo sabe el tiempo que es por la comida que lleva el tiempo”; le acusará de tener “el corazón en el vientre y en el vientre sus contentos”; y le recomendará para su cura “*la hambre*” porque “*la hambre viciosa sólo se quita con la hambre*”, (Correa 1964:210).

Entrados en el siglo XVIII, Diego de Torres Villarroel es el autor de varios de estos artículos que, agrupados en *Visiones y visitas de Torres con don Francisco de Quevedo por Madrid* y escritos en 1746<sup>19</sup>, no sólo mencionan o contienen componentes gastronómicos en su redacción, sino que a ellos están dedicados por entero. Es el caso de *Puestos de Rosalies, Mistelas y Aguardientes*, el cual aprovecha para denunciar el creciente abuso del

<sup>17</sup> Una primera edición del almanaque de Grimod figura en los archivos de la Biblioteca Nacional de Francia. Su fecha de edición es 1803.

<sup>18</sup> La información solvente sobre Grimod de la Reynière, al menos en España, está bastante diseminada, no obstante, así aparece en el artículo *La función didáctica del periodismo gastronómico en Internet* de Fernando Sánchez Gómez, p.3.

<sup>19</sup> Los aquí mencionados, al igual que el resto de artículos señalados que han sido analizados en su relación y referencias con la alimentación o la gastronomía, se han extraído de la recopilación contenida en *Costumbristas españoles* de Evaristo Correa Calderón. Tomo I. Introducción al estudio del costumbrismo español, (Aguilar 1964).

alcohol; su excesivo consumo ha llegado a tal punto que “se ha hecho razón de estado la borrachera”. Alcoholes empleados para aliviar ciertas dolencias, “reavivar pulsos remolones” y “alentar cerebros decaídos” han pasado a ser de consumo habitual. (Correa 1964:380-81).

En *Las comidas y las cenas* el despliegue gira en torno a los utensilios y la distribución de la mesa así como a los alimentos y bebidas (ensaladas, mostos, gran variedad de carnes) destinados a la voracidad de los personajes a los cuales llega a cegar el juicio. Entre otras críticas, encontramos la que realiza don Francisco, tras presenciar la cena y que sirve de comparación entre el caos del banquete y el del país: “Este es el teatro donde me has representado con más viveza la corrupción de las costumbres de tu siglo; basta el informe de este desordenado banquete para conocer el estado lamentable de las cosas. [...]”. Y será de nuevo el vino otro de los objetos de crítica en el mismo artículo; pero no se criticará cualquier consumo, sino el consumo que de él hacen las mujeres y consienten los hombres. Actitud que entre otras cosas denuncia el autor porque “provoca desenvolturas”, “avienta el fuego de la lujuria”, “desembaraza y hace huir la vergüenza y el recato”. (Correa Calderón 1964:408-11).

En *Los cocineros* el autor arremete contra los mismos (“cocineros interpolados de ladrón”) porque entre los maestros de cocina se refugiaban muchos rufianes que “cargados de medallas” -con pasado militar- se hacían de oro, lo que sirve al autor para denunciar “el desorden y desconcierto de este siglo” y lo que nos sirve a nosotros para atisbar el lucrativo negocio. (Correa 1964:412-14).

Durante el siglo posterior, los articulistas del XIX continúan mencionando la alimentación, costumbres de consumo, productos y profesiones relacionadas a los mismos en muchos de sus escritos. Estos servirán para señalar como la comida y la bebida, la alimentación en su sentido más amplio, es objeto de interés y recreación para el artículo de costumbres. Son un aditivo con el que enriquecer y amenizar, lo que ocurre en la mayoría de estos escritos. Sin embargo, también encontramos evidencias de que el asunto gastronómico así como los establecimientos de comidas son auténticos protagonistas con lo que se anuncia el desarrollo de la temática gastronómica de forma independiente como asunto de interés para el público.

Así, Antonio Flores en su artículo titulado *El hortera* (Correa 1964:1107-16), apodo que en la Villa y Corte de Madrid se daba a los aprendices de tendero, con brillantes dobles sentidos, retrata el proceso (o deformación) que sufre un imberbe aspirante a tendero mientras adquiere formación y de paso retrata personajes, critica actitudes y comportamientos, y con juegos de palabras da cuenta de determinadas consecuencias de calado político-social.

Entre párrafos aflora la materia que aquí interesa, sus usos y relaciones, de tal modo, que al aleccionar al joven dependiente ha de dejársele comer azúcar y chocolate “una, dos o más libras hasta que se resienta el estómago y el recién llegado aborrezca los géneros coloniales y ultramarinos”. Ha de enseñársele la ciencia de la mecánica de la trastienda donde aprende a colocar la mercancía y se le muestra cómo introducir la mano en un saco lleno de legumbres rancias y secas, para sacar el único puñado de granos frescos y gordos.

Por el texto pasean alimentos como café, arroz, bacalao, té, cacao clasificado según su origen (Caracas, Guayaquil o Soconusco) y bizcochos, buñuelos y leche *amerengada* que rodean al protagonista y explican el transcurrir de sus días:

“[...] ocupan la tarde hasta las cinco, a cuya hora vuelven a sus respectivos almacenes, no sin entrar primero en una botillería cualquiera, para apagar la sed con un cuartillo de leche amerengada y el hambre con un puñado de bizcochos”. (Correa, 1964:1107).

Con *El choricero*, el periodista y escritor Santos López Pelegrín, quien utilizó el seudónimo Abenamar para firmar muchos de sus trabajos, se dedica con profusión al cerdo y los productos que de él obtiene el choricero, y de paso, con clara intención de denuncia y empleando para ello recursos lingüísticos tales como metáforas, algunas prosopopeyas y sinécdoques, remarcar la que considera conexión directa entre el político y el enriquecimiento personal. El autor se sirve de este animal para concluir, emparejando características entre choriceros y políticos, como a su sombra, al igual que se enriquecen aquellos que viven del cerdo, “crecen los alcaldes”. No es de extrañar que la palabra chorizo nos sirva ahora, como sirviera entonces, para adjetivar este tipo de comportamientos.

Es este un artículo de costumbres ejemplar donde la sátira y la crítica se recrean al analizar los vicios de su tiempo. He aquí los párrafos más representativos que toman un elemento gastronómico como pretexto para explicar, guiar y culminar con el verdadero objetivo sociopolítico del artículo: la crítica del enriquecimiento de los políticos que explotan los recursos de la ciudadanía, representados estos en la persona de un choricero, cuya rasgo principal se basaba en exprimir económicamente al animal.

“[...] hubo en el arca de Noé un animal útil para el género humano, y que, sin duda, por su excelencia (es un excelentísimo señor), tiene más nombres que ninguno de los cuadrúpedos conocidos. Este animal útil, gruñón, succulento y grasoso, se llama cochino, cerdo, gorrino, guarro, marrano y puerco. Con esto se prueban dos cosas: la excelencia del animal y la riqueza de la lengua castellana.” (Correa, 1964: 1116).

“Fue un regalo que Dios hizo a la humanidad hambrienta, que esto de tener hambre la humanidad es otra de las gracias de la creación. Estamos plagados de felicidades”. (Correa, 1964: 1116).

“Desde que un cochino *ve la luz pública*, esto es, desde que nace, es ya un ciudadano recomendable a todo gastrónomo. Entonces no se llama cerdo ni compañía, sino lechón, y los asadores son buenos testigos, que no me dejarán mentir, de que un cochinillo, o sea, lechón, asado con su manteca correspondiente, es un bocado exquisito y alimenticio como ninguno”. (Correa, 1964: 1116).

“[...] habrán observado que un cochino que se halla ya en el caso de la metamorfosis, esto es, de que le conviertan cuerpo y alma en chorizos, morcillas, butifarras y compañía, es un ciudadano respetable”. (Correa, 1964: 1116).

En *El ama de llaves*, Juan Eugenio Hartzenbusch, a quien el Dr. Thebussem dedicó una extensa carta con motivo de búsqueda de la re-edición del libro de Francisco Martínez Montiño, *Arte de cocina, pastelería, vizcochería y conververía*, se debate entre la caricatura y la descripción, “la copia” de “estas sultanas” que manejan la economía doméstica y cuya cuarta parte del salario “la empleaba en dulces y golosinas que le estropeaban el estómago”. Entre sus quehaceres, la cocina y el acopio de provisiones para estirar al máximo la despensa: “[...] que de una onza de chocolate hacía dos jícaras para la poco delicada señora, espesando el líquido con harina tostada [...]”. (Correa, 1964:1087).



Enrique Gil y Carrasco en *El segador* (Correa, 1964:1214) se queja del éxodo. Centrado en la descripción de la situación en Galicia, “que provee -de gente, de mozos, políticos, criados- al resto de España”, en el texto se encuentran tímidas referencias a la alimentación y la cocina. Y así, reflejo realista, cita la *conca* o taza de caldo o la leche *mazada* (líquido sobrante que se obtiene tras la elaboración de mantequilla) tan habituales a la hora de cenar en aquellas mesas humildes de los hogares gallegos.

*El ventero* del Duque de Rivas (Correa, 1964:1258) es otro ejemplo. Aunque al igual que en *El segador*, al margen de la relación del establecimiento hostelero si es que se puede catalogar así dada su forma primigenia, las menciones o descripciones sobre el ritual de alimentos y comidas es breve, pero aparecen algunas notas que se suman al propio título y que merecen ser destacadas por cuanto ilustran. Ofrece detalles tanto de la venta como del origen, carácter y vida del ventero, y de los periodos de vacas flacas en los que no abundan los alimentos que servir. El verdadero objetivo de este artículo de costumbres es el de dejar constancia de la peligrosidad de las ventas, estancadas o al estilo de las del XVII, esto es, sin modernizar. De ahí que el autor se recree al explicar al lector que no es lo mismo la venta, que el ventorrillo, o el parador “que es un progreso”.

En *El ventero* encontramos referenciados los siguientes alimentos y bebidas: aguardiente de pita, huevos, bacalao, arroz, vino, pan y pimientos (Correa, 1964:1263-64). Algún que otro chorizo y una sartén enorme puesta al fuego forman menaje y comida disponibles durante la noche protagonista en una venta cualquiera. El artículo en cuestión no puede estar más alejado de la intención de ilustrar el paladar sino que sirve para dar cuenta de los personajes, más o menos íntegros, cuando no asesinos o fuera de la ley, que las gestionan y que pasan por ellas; no obstante merece la mención por ser de nuevo un artículo de costumbres donde encontramos menciones al establecimiento donde se proporciona además de cama al viajero, comida y bebida.

El testigo de *El ventero* lo recoge Vicente de la Fuente con *La Posadera* (Correa, 1964:1294). Es este un artículo en el cual se menciona al anterior y se ponen de manifiesto las precariedades y riesgos a los que se enfrenta el viajero cuando visita las posadas, el establecimiento habitual del periodo. Una precaria hostelería, donde Madrid, según el autor, ostenta un bochornoso primer puesto por ser en la Corte donde “están en posesión

de ser tan malas como las peores de España”. Sirva este texto, que puede ser considerado como temático-gastronómico, para dar cuenta de problemas cotidianos, además de los vicios de una época en la que la comida no escapaba de la picardía.

Ejemplo de ello son las transformaciones que el autor relata tales como “el gato por liebre”, “el agua en vino”, o, “las costillas de perro asadas cual si fueran de cordero”, afirmando que son prácticas habituales de estos establecimientos.

En este artículo encontramos también la alusión directa al “gastrónomo” que en estas posadas remojaba la palabra mientras empapaba en la “pringue” mendrugos de pan. Y entre los platos y alimentos que tanto disgusto provocan, según el autor, en los huéspedes que en estas posadas recalán, se mencionan o aparecen: los “huevos forrados” (pasados por agua) al precio de una peseta; las sopas cargadas de pimentón, “más coloradas que una casaca inglesa” (probablemente, sopas castellanas o sopas de ajo); los *fitambres*; el vino rancio, un habitual de estas mesas; el pan sin sal; la ensalada con aceite rancio; y una especie de engrudo a base de bellotas, harina y azúcar al que dan el nombre de chocolate.

Tampoco falta en este artículo mención a los utensilios partícipes en el ritual de la comida: los feísimos cubiertos que las posaderas ponen a disposición de la clientela, “de hierro negruzco, asquerosos al olfato y repugnantes al paladar, cosas que cada una de por sí bastarían a provocar náuseas”, con lo que el lector amplía más si cabe la visión que el autor quiere transmitir con todo lujo de detalles.

En *El gaitero gallego* de Neira de Mosquera (Correa, 1964:1297) la alusión temática es menor pero no faltan, entre el discurrir de la vida del gaitero, la comida de fonda casi siempre a escote en una casa particular. En él encontramos menciones a las castañas, tazas de vino y rosquillas benditas como bebida y alimentos comunes.

La castaña es el alimento que aparece en otro artículo que ampliará el espectro de ejemplos aquí señalados para poner de manifiesto esa relación entre gastronomía y artículo de costumbres. En este caso concreto, entre alimento y profesión ligada al mismo. Me refiero al artículo *La castañera* de Bretón de los Herreros en el que el autor describe con profusión el castaño y su fruto, en un texto cargado de intención:

“Fronroso, corpulento, prócer de bella flor, regalado fruto y apacible sombra, es el castaño uno de los árboles más beneficiosos. [...], y de los glóbulos espinosos que el árbol produce sale un alimento que codician los pavos y es la delicia de otro animal... menos grato de nombrar que de comer. A las castañas deben, en efecto, su gastronómica nombradía los ricos y suculentos jamones de Caldelas y Avilés, y también el animal implume y bípedo que llaman hombre las saborea con placer, crudas o cocidas, asadas o pilongas, acarameladas por Navidad o en potaje por Cuaresma”. (Correa, 1964:1040).

Las referencias continúan a “una fruta inverniza”, “desesperación de los golosos”, “que codicia el zumo de la vid”.

Sin embargo, a pesar de estas descripciones, detalles que tan suculentos resultan para los que investigamos la relación entre periodismo y gastronomía, he de señalar que lo que en realidad persigue el autor tomando: 1) la profesión de castañera (de la que señala más adelante, con travesura e intención, “que semejante industria data evidentemente de tiempos más remotos... acaso de tiempos de Mari-Castaña... aunque llegó al apogeo de su gloria en el último tercio del siglo pasado”); 2) los apellidos derivados del vocablo; 3) destacando la proeza de Francisco Javier Castaños contra los franceses en Bailén como orgullo nacional; 4) finalmente, ayudándose no menos de la etimología de la palabra castaña en cuyo origen se encierran la castidad, el pudor y la continencia; no es ni más ni menos que reclamar la honorabilidad de otros tiempos, señalar la heroicidad pérdida o criticar la falta de ella.

Para el autor, el pueblo ha perdido calidad (“y cantidad”, otra crítica directa a la fuga de jóvenes y desastres ocasionados por los conflictos) en un siglo que sin embargo lleva el adjetivo de las luces cuando debiera llamarse “de los fósforos”. Arremete contra la aristocracia, decaída tanto en riqueza como en prestigio, y con lo que considera vicios de su tiempo: pereza, inmovilismo, impostura, prostitución, chismorreos. Estos son los verdaderos objetivos, no la comida, no la castaña como alimento. *La castañera* es un ejemplo claro de esa escritura periódica costumbrista con la que entretener e informar al ciudadano, en este caso, de los males que aquejan a su tiempo, y en el que aparecen referencias alimenticias que sirven para hilar el relato.

En *La romería de San Isidro* de Ramón de Mesonero Romanos, extraída de Panorama Matritense, el lector transita por el Madrid antiguo, del cual se reflejan historia y bullicio en un día de fiesta. Danzas improvisadas, venta ambulante de buñuelos, paseos continuos de carruajes, manolas y majos... todo en torno a la ermita del santo. Tiendas de bollos surtidas de bizcochos, dulces y golosinas; puestos de pasas, higos y garbanzos tostados; leche, roscones de pan duro, tostas y soldados de pasta-flora; pichones, pollos, chuletas... Todo “un espectáculo manducante y animado”, (Correa, 1964:708), que da cuenta de la gastronomía madrileña. Escenas matritenses representadas con motivo de la celebración en la que el autor pone atención a la descripción ambiental y el humor reinante.

Es este un texto enriquecedor en el que se describen los alimentos típicos de fiesta y todo el ritual que los acompaña, un texto cuasi gastronómico. Notas menores subyacen en otro de sus artículos, *La patrona de huéspedes*, donde se mencionan unas "tortillas con sendos golpes de patatas y jamón", (Correa, 1964:1023).

Sobre establecimientos encontramos en Larra varios ejemplos. *La vida de Madrid*; o el ya mencionado artículo titulado *El café* (Correa, 1964:899) donde el autor describe como “pidió un vaso de naranja, aunque veía a todos tomar un *ponch*<sup>20</sup> o café”, remarcando así voluntad y carácter; o *La fonda nueva* (Correa, 1964:934) como se verá a continuación con más detalle.

En dicho artículo, publicado en 1833 en *La Revista Española* de 23 de agosto, Mariano José de Larra recrea los pasatiempos madrileños, o mejor dicho, la falta de ellos. *La fonda nueva* es una crítica de costumbres sobre el exceso de religiosidad, donde explica que la fiesta para las clases bajas gira en torno al empleo, el nacimiento o las bodas; y describe personajes cutres que acuden o ensayan el gorroneo a la hora de comer.

Retrata así una España donde se come para vivir, no se vive para comer; donde la esperanza de una gran comida va pareja a las celebraciones mencionadas o a la caradura o mal sana creatividad de algunos individuos.

---

<sup>20</sup> Larra escribe la versión fonética del término inglés punch (/ponch/), ponche. Bebida importada por los ingleses de la India. Estuvo de moda en Inglaterra durante el siglo XVII y de allí fue saltando a otros países.

El autor demuestra preocupación por situaciones menores con respecto a la situación política y económica del país, es cierto, pero ilustra el periodo, sus gentes y sus formas. En él se reflejan opiniones y sensaciones con respecto a la “hostelería” del momento, de la cual se critican precios desmesurados en relación con el servicio y cocina ofrecidos. La pregunta que ronda al leerlo es si podemos considerar este artículo como crítica gastronómica. Como respuesta tenemos que reconocer similitudes pero no exactitud de categoría pues como he venido señalando, a pesar de la crítica “al sector hostelero”, Larra pone más acento en el comportamiento social que en el servicio ofrecido. La naturaleza del mismo responde a la máxima del artículo de costumbres: influir, moralizar, señalar o denunciar. Con todo, ahí quedan esas notas que de algún modo conectan con el periodismo gastronómico en una fase embrionaria; así, cuando Larra hace mención a la Fonda de Genieys<sup>21</sup>, dice lo siguiente:

“Linda fonda: es preciso comer de seis a siete duros para no comer mal. ¿Qué aliciente hay allí para ese precio? Las salsas son bien feas; el adorno ninguno: ni alfombra, ni un mueble elegante, ni un criado decente, ni un servicio de lujo, ni un espejo, ni una chimenea, ni una estufa en invierno, ni agua de nieve en verano, ni..., ni burdeos, ni champaña... Porque no es burdeos el valdepeñas, por más raíz de lirio que se le eche”, (Correa 1964:936).

Al describir la fonda Dos Amigos, se queja igualmente de que deberán salir a la comer a la calle o a la escalera, y de que no deberán olvidarse los fósforos porque de no llevarlos no podrán verse la cara. Al ser preguntado por lo que comerán, Larra, resolutivo, procede a señalar lo que podrán comer en esa y en cualquier otra fonda, dando así cuenta de la cocina popular del momento, de los platos novedosos y la forma de servirlo todo:

“¿Quiere usted que le diga yo lo que nos darán en cualquier fonda adonde vayamos? Mire usted: nos darán en primer lugar mantel y servilletas puercas, vasos puercos, platos puercos y mozos puercos; sacarán las cucharas del bolsillo, donde están con las puntas de los cigarros; nos darán luego una sopa que llaman de hierbas, y que no podría acertar a tener nombre más alusivo; estofado de vaca a la italiana, que es cosa nueva, ternera mechada, que es cosa de todos los días; vino de la fuente; aceitunas maulladas; frito de sesos y manos de carnero, hechos aquellos y

---

<sup>21</sup> Famosa fonda madrileña del siglo XIX. La Fonda de Genieys debe su popularidad e inclusión en la literatura gracias a que introdujo la comida francesa en la cultura popular española. Aparece también citada en los Episodios nacionales de Benito Pérez Galdós -Episodios nacionales III. De Oñate a la Granja- y en la obra de teatro *El poeta y la beneficiada* de Manuel Bretón de los Herreros (1857).

estos a fuerza de pan; una polla que se dejaron otros ayer, y unos postres que nos dejaremos nosotros para mañana". (Correa, 1964:937).

Menciones y detalles que demuestran y justifican su interés para el estudio del periodismo gastronómico. Cabe señalar que algunos de estos artículos y autores conviven en un periodo en el que otros escritores y periodistas, como el mencionado Dr. Thebussem, reflejan la alimentación con deliberación en sus artículos aunque persigan objetivos distintos a los estrictamente entendidos como gastronómicos. Muy cerca de nuestras fronteras, a través de la prensa francesa, el considerado primer periodista gastronómico, Grimod de la Reynière (1759-1837), dará cuenta de la buena cocina a todo tipo de lectores - burgueses o no- con su almanaque *Almanach Des Gourmands ou Calendrier Nutritif* de 1803, convirtiendo al mismo en el antecedente directo de la futura guía gastronómica", (Sánchez, 2010:3).

De cerca, otro francés, Anthelme Brillat-Savarin (1755-1826) deja asentados serios principios gastronómicos en *Fisiología del gusto o Meditaciones de Gastronomía Trascendental*. Publicado en 1826, tras su muerte, la obra ha pasado a ser considerada como el primer tratado sobre gastronomía escrito tras la Revolución Francesa de 1789, fragmento histórico de gran repercusión social y económica que catapultará el crecimiento de la hostelería y la búsqueda de sus nuevos y populares clientes; en definitiva, catapultó el auge de la restauración provocado por el "desempleo manifiesto para los chefs que venían prestando sus servicios a la nobleza declinante por los nuevos vientos"<sup>22</sup>.

De este pormenorizado análisis, epígrafe capital, concluyo que a pesar de que todos estos artículos dan cuenta por encima de todo de la problemática político-social de los respectivos periodos en que fueron escritos, en todos ellos se detectan títulos y menciones deliberadas en torno a la gastronomía y la alimentación. Su inclusión añade realismo y dinamizan el texto aportando notas coloristas mientras conducen al lector hacia el objetivo moralizante que da naturaleza al género periodístico.

Alimentos y bebidas mencionados, profesiones, etc., dan lugar a una doble lectura que nos permite realizar un recorrido por las costumbres y usos alimenticios en esas

---

<sup>22</sup> Eduardo Méndez Riestra en *Fisiología del Gusto* (2012). Asturias. Trea. Introducción, p. 13.

Españas. Publicados en prensa, estos artículos retratan el entorno íntimo y personal de los habitantes y sus comidas.

Las ocasiones en que profesiones, productos y alimentos dan título al artículo de costumbres lo hacen, principalmente, para dejar constancia por escrito de conductas que han de corregirse. En el caso de *La fonda nueva*, *La posadera* o *El ventero*, los tres suponen un hito en cuanto a su relación con el periodismo gastronómico español y sus futuras guías gastronómicas donde se recomiendan establecimientos; guías que, como hemos visto, fueron puestas en marcha en Francia a principios del XVIII. Finalmente, la mención expresa de cocina (platos y alimentos) nos permiten ampliar la cartografía gastronómica de estos periodos y amplían su contexto sociocultural, evidenciando una temática cuya evolución ha derivado en una especialización periodística.

### 1.1.4 Primeras informaciones sobre agricultura. Periodismo agrario, un paso necesario

Al igual que el artículo de costumbres cuya existencia y desarrollo permanecerá ligado al periódico, la prensa especializada en agricultura seguirá idénticos pasos, coexistiendo o compartiendo tiempos. Éste será el segundo gran nexo de unión periodístico con la alimentación y la gastronomía, por tratarse de un tipo de contenido que tanta relación guarda con estos aspectos imprescindibles para la subsistencia, recomendables para el recreo del ser humano.



Semanario de Agricultura y Artes Dirigido a los Párrocos (1797).

El apogeo registrado a partir del siglo XIX de este tipo de información, vital para la subsistencia, es casi inmediato. La aparición en 1797 del primer periódico especializado en agricultura, *El Semanario de Agricultura y Artes dedicado a los párrocos* abre el camino para el resto de publicaciones que darán cuenta de la actividad agraria del país, poniendo especial atención al intercambio de mercancías y los precios de las materias primas. Es decir, un periodismo principalmente ligado a la economía.

De ahí saltará progresivamente hacia temáticas como las repercusiones sociales, políticas y de salubridad ligadas con el desarrollo y características vitales de los habitantes del periodo.

Finalmente, la información agraria, tan importante para la economía española del XIX y principios del XX, desembocará en el interés por otras industrias entre cuyas finalidades se encuentra la alimentación, y donde la gastronomía supondrá un último eslabón cultural y alimenticio que vincula la nutrición del ser humano con el gusto y las sensaciones, con el placer, donde el disfrute gustativo y visual resultará fundamental en la concepción moderna de la gastronomía, erigida hoy en un imperio de los sentidos.

La historia de la prensa agraria ha sido estudiada en profundidad por Yanet Acosta, codirectora de la presente tesis doctoral (fue materia de su tesis doctoral y el tema de la



edición del libro titulado *Historia de la Información Agraria. Desde el siglo XVIII hasta la Agenda 2000*<sup>23</sup>). Sin necesidad de profundizar en exceso sobre su investigación puesto que está disponible y al alcance de cualquier lector interesado en este tema de manera específica, considero imprescindible mencionarla como otro necesario punto de influencia en el interés sobre la alimentación, en este caso el que pasa o tiene su origen en el sector agrario. Además, su trabajo supone el más serio que hasta la fecha se ha realizado sobre la historia de la información de buena parte de las materias primas con la que nos alimentamos.

Acosta señala que es la Ilustración el movimiento y periodo que catapultó la existencia de esta primera prensa especializada en agricultura dado su calado para el desarrollo del país. Publicaciones que abordaron la necesidad de formación e impulso de los cultivos al objeto de profesionalizarlos, de aumentar su rendimiento, y, por tanto, favorecer el progreso económico y tecnológico del país.

Así, la primera publicación especializada nació a finales de siglo gracias al impulso de la Corona y sus consejeros ilustrados. Con el *Semanario de Agricultura y Artes* (1797) comenzaría también la financiación pública de revistas dirigidas al campo. El diario, centrado en la divulgación de los aspectos técnicos tuvo una clara influencia; según se concluye del trabajo de Yanet Acosta, se trata de una influencia que “aún hoy se puede percibir en algunas publicaciones especializadas en agricultura, ya que se centran en temas de divulgación de aspectos técnicos agrícolas y por prescindir de las noticias de actualidad y del enfoque económico”, (Acosta, 2007:646).

El siglo XIX, en el que el artículo de costumbres aumenta su presencia, será para la prensa agraria el periodo de consolidación de este tipo de publicaciones así como el interés por las vertientes social y política ligadas a la agricultura. Las hambrunas y crisis de subsistencia serán los desencadenantes de este enfoque y será *El Imparcial* el diario pionero en su publicación, (Acosta, 2007:647). Igualmente la desamortización demandará información agraria al ser muchos de los nuevos propietarios de grandes extensiones agrícolas residentes en ciudades los que vigilarán sus cultivos desde allí. En el

---

<sup>23</sup> Acosta, Yanet. *Historia de la Información Agraria. Desde el siglo XVIII hasta la agenda 2000*. Madrid, Servicio de Publicaciones Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, 2010.

perfeccionamiento de estas publicaciones incidirá la demanda de información de este sector del público.

Superado el primer cuarto de siglo, sobre todo, a partir de los años 40 del siglo XIX, “la prensa de información general publicada en Madrid, como *El Espectador*, *El Correo Nacional* y *El Clamor Público*, incluso un diario más político como *La Iberia*, empezaron a incluir una sección mercantil o comercial, con cotizaciones, con el movimiento marítimo y con los cambios de moneda”, (Acosta, 2007:648).

La utilización del Estado de la prensa agraria –Fernando VII en su etapa final será un claro exponente de ello (Acosta, 2007:647)- como vehículo para el autobombo es otra de las características de este periodo de finales de siglo XVIII, práctica que se prolongará durante los años siguientes, tanto por la prensa agraria como por la política, dado que las páginas impresas son descubiertas como el instrumento ideal para difundir ideas, para ejercer influencia.

El interés por las noticias económicas, de intercambio o comercio, son la nota predominante en la historia de la información agraria, sin embargo, el interés de los aspectos sociales y políticos suponen, asimismo, la aparición de los primeros grupos editoriales especializados. Habrá que esperar hasta finales de siglo para que se constituyan. Y a principios del XX, debido en parte a las hambrunas (1905, 1919 y 1936), (Acosta, 2007:651), la prensa de principios de siglo recogerá entre sus páginas información agraria.

Es el XIX un siglo relevante donde la gastronomía va a tener su reflejo en el resto de prensa nacional alejada de los intereses estrictamente agrarios. Menciones que suponen una visión poliédrica de indudable valor histórico, dado que su discurso abarcará, según el estudio realizado por Ainhoa Aguirregoitia Martínez y María Dolores Fernández Poyatos<sup>24</sup>, la historia de la gastronomía, la teoría gastronómica, la función social de la comida, los hábitos y prácticas descorteses (o censuradas), las recetas y demás curiosidades en relación con la cocina y sus productos. También aparece en los espacios dedicados a la

<sup>24</sup> Aguirregoitia Martínez, Ainhoa y Fernández Poyatos, M<sup>a</sup> Dolores (2015): “La gastronomía en la prensa española del siglo XIX”. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Vol. 21, Núm. 1 (enero-junio), pp. 17-33. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.

publicidad, “avisos de cocineros, de fondas, alimentos, almacenes y tiendas de ultramarinos”, (Aguirregoitia y Poyatos 2015:31).

El término gastronomía se encuentra en las páginas de estos diarios a partir del año 1817 (*Crónica científica y literaria* 8-4-1817:3). *La Abeja del Turia* (4-8-1820:4), publicará la traducción efectuada por José Urcullu del poema *La gastronomie*, “[...] profusamente divulgado durante meses en *Diario de Madrid*, *Mercurio de España* y *Nuevo diario de Madrid*, entre otros periódicos”. Del mismo modo, algunos años más tarde, el término culinario aparece en *La Revista española* en 1834 (4-2-1834), “en relación a un equívoco sobre qué artista culinario -confitero a la sazón- elaboró los dulces para el baile de Abrantes”, (Aguirregoitia y Poyatos 2015:21).

Los diarios satíricos como *La Risa*, y revistas ilustrados como *La ilustración española y americana*, con la falsa correspondencia del Dr. Thebussem harto conocida, o *El Universo Ilustrado*, reproducirán entre sus contenidos habituales recetas, “sobre todo en las dos últimas décadas del siglo, cuando los asuntos gastronómicos ocupan más espacio en la prensa”, (Aguirregoitia y Poyatos 2015:31).

Durante este periodo (principios de siglo XIX) autores reconocidos, procedentes del ámbito literario, comparten protagonismo en letras culinarias. Es el caso de Emilia Pardo Bazán (1851-1921), periodista y escritora emblemática, dedican parte de su literatura a la cocina, y así, en 1913, esta ilustre gallega, publica dos obras culinarias: *La cocina española moderna* y *La cocina española antigua*, además de cultivar ensayos sobre gastronomía, aspecto que está presente en la mayoría de sus novelas.

Sin embargo, más que el impacto sobre la literatura de cocina, hay que destacar las precariedad de los trabajadores (jornaleros), el déficit de alimentos entre la población, el retraso tecnológico y la falta de ayudas, que centrarán las informaciones durante los años de la II República, en los que sobre todo el aspecto político de la agricultura ocupará el discurso de los partidos políticos; con su reflejo en la prensa sindical -organizaciones de agricultores y sindicatos-.

La necesaria reforma y ordenación del mundo agrario para evitar su abandono y potenciar su productividad, que se hace patente durante la dictadura del General Franco,

apenas tendrán otro reflejo en la prensa que los contenidos didácticos de cara al agricultor en una prensa ensimismada con el autogobierno y centrada en la autarquía.

Estamos ante una información parcelada, de intereses propios, en la que la alimentación es apenas la consecuencia final de la materia que aborda. Son estas unas páginas volcadas en los medios tecnológicos, la industrialización, el regadío, etc., pero con una clara repercusión en la cesta de la compra.

Coincidiendo con el boom económico de los años 60 la información económica precisa secciones propias en todos los medios de comunicación en los que se incluirá información agraria. Periódicos como *3 E. Economía española y exterior* (1965-1966), *Cinco Días* (fundado en 1978 en el que se incluía una sección agraria), *La Gaceta de los Negocios* (1989) o *Expansión* (1986, el periódico incluyó desde sus orígenes una sección agrícola diaria) deben a esta circunstancia su origen, (Acosta, 2010:242-258). Tras ellas, surgirán otras tantas publicaciones recogidas en *Historia de la información agraria. Desde el siglo XVIII hasta la agenda 2000*, y nacerán las agencias de noticias especializadas: Comunicaciones Agrarias en 1989, Efeagro en 1990, y una tardía Europa Press que ofrece en 2000 esta información en un servicio diferenciado (Acosta, 2010: 361-375).

El nacimiento de periódicos como *El País* en 1976, en el que la información agraria tenía desde el primer momento su reflejo en las que son ahora páginas salmón, será otro gran hito que marca el desarrollo y la especialización del periodismo agrario español tras la muerte del General Franco.

Con la Transición, la información agraria encontrará hueco en las revistas político-económicas tan relevantes en aquel momento como *Cambio 16*, fundada en 1971, en la que se solían incluir informaciones relacionadas con el campo, las cosechas, la situación pesquera y la difícil exportación de los excedentes de aceite de oliva en pugna con los productores de aceites de semillas que ofrecían un producto más económico.

Sectores frutícolas, lácteos y vitivinícolas serán temas recurrentes durante los primeros años de esta publicación subtitulada *Semanario de Economía y Sociedad*. Y es precisamente la revista *Cambio 16* en la que el periodista Manuel Saco ofrece algunas informaciones que transitan entre lo estrictamente agrario-informativo y la nota histórica-

cultural, añadiendo ese valor que proporciona el destino final de la materia informativa, es decir, dirigiendo al lector hacia las repercusiones en la cesta de la compra, o las repercusiones en el desarrollo territorial y cultural de los lugares de producción (ya se refieran a la pesca, la ganadería, la agricultura o a los productos finales y sus procesos tales como la fabricación de harina de pescado, enlatados o la producción de leche).

Sin ser un periodista interesado de forma especial o específica por relatar el disfrute que proporciona la comida durante estos años en los que publica en la revista, demuestra en sus artículos tener dicho aspecto presente. A los muchos datos y al habitual contexto de la información sobre intereses cruzados, el periodista agrario añade las repercusiones sociales, el mordisco al monedero que supone la adquisición de alimentos y su reflejo en la mesa de los españoles, es decir, en el menú diario en un periodo nacional delicado también en lo económico.

Mantiene así unos artículos y reportajes fundamentalmente informativos pero en cuyas líneas se insertan primerizas y tímidas notas culturales y/o gastronómicas bien como pretexto para desarrollar la información, bien por convenir a la comprensión del artículo. *Don Álvaro Domecq o la fuerza del vino*<sup>25</sup>, radiografía y recorrido del emporio; *La dulce subvención remolachera*<sup>26</sup> que repasa la historia de la misma; *La leche es esto*<sup>27</sup> en la que se da cuenta al lector de la composición de la leche rozando el enfoque nutricional de la noticia pero cuyo trasfondo es la adulteración del producto y las multas impuestas a cuatro empresas lecheras<sup>28</sup>, un artículo que viene a ampliar la información contenida en *¡Vaya leche!*, texto principal sobre dicho fraude, son tan solo unos cuantos ejemplos.

*El vino de Rioja también se exporta*<sup>29</sup>, artículo firmado con las iniciales A.L. en esta revista, explica como ayuda la exportación del vino al turismo y como gracias a esos turistas que recalán en la región, los visitantes europeos o americanos demandan el vino de

<sup>25</sup> *Cambio 16*, número 23 de 24 de abril de 1972, pp. 16-20.

<sup>26</sup> *Cambio 16*, número 32 de 26 de junio de 1972, p. 21.

<sup>27</sup> *Cambio 16*, número 35 de 17 de junio de 1972, p. 26.

<sup>28</sup> Sanciones para Lactaria Española, Central Lechera Vizcaína, Lechera Vizcaína y Lactería Andaluza que fabrican las marcas ONA y RAM; estas empresas están integradas en Central Lechera de Ganaderos. *Cambio 16*. Número 35, 17 de julio 1972, p. 25.

<sup>29</sup> *Cambio 16*, número 36 de 24 de julio de 1972, p. 15.

Rioja en sus países de origen; o, *Un lujo barato*<sup>30</sup>, especie de columna de opinión en la que de nuevo Manuel Saco, a raíz del encarecimiento de la cesta de la compra, aconseja al lector acudir a comer a los restaurantes: “les saldrá más barato”; son otros dos buenos ejemplos de esta conexión fruto de las relaciones entre gastronomía y periodismo agrario.

De aquellas publicaciones agrarias cogerán el testigo publicaciones modernas donde el mundo rural, lo agrario, es pieza fundamental de sus contenidos en nuestra actualidad. Periódicos como *Agronegocios*, o el portal digital, *Mundo Agrario*. O revistas asentadas como *Origen* u *Olivarama* a las que se han sumado intentos estimulantes como *Madrid Comestible* o *Tamiz*, ambas de vida efímera, donde coexistieron el mundo agrario y la producción con finalidad gastronómica.

Huelga decir que los medios audiovisuales del momento tales como la radio (*España Agrícola*, *Agropopular*, *Campo y Mar*, *A campo abierto*, *Onda Agraria*, *Agroeconomía*) y la televisión (*Campo y Mar*, *Agrosfera*), incorporarán igualmente información agraria en sus respectivas programaciones, (Acosta, 2010:377-399). Programas que precipitarán el interés de la audiencia por la buena mesa durante el final de los años cincuenta, y décadas posteriores como veremos más adelante.

Tras ellos, la lógica y contemporánea irrupción de Internet y el auge de blogs, webs y diarios y revistas digitales dedicados a la agricultura, así como el resto de canales y medios tradicionales, en los que información sobre gastronomía y la alimentación están consolidadas.

Llego así a los medios de comunicación actuales para concluir este breve recorrido en el que lo gastroalimentario va adquiriendo progresivo reflejo en la prensa española; el auge de la prensa y los medios de comunicación dedicados a la información agraria en convivencia con el artículo de costumbres y las breves secciones sobre modas y recomendaciones de los periódicos del siglo XIX y XX; en el que la Transición y sus publicaciones aperturistas, tras la muerte del General Franco, y la radio y la televisión a este periodo ligadas, van a desembocar en el furor gastronómico de nuestros días, un furor temático visible sobre todo en televisión.

---

<sup>30</sup> *Cambio 16*, número 81 de 4 de junio de 1973, p. 10.

Este recorrido refuerza el hecho de que la comida, la alimentación, ha estado inserta de uno u otro modo (más o menos literario, más o menos económico, más o menos político, más o menos sofisticado, más o menos entretenido u ocioso) en los medios de comunicación que hoy están completamente volcados con ella y donde la televisión es su última y más popular estrella.

A los medios contemporáneos dedicaré las siguientes páginas para contextualizar esta materia informativa en diferentes periodos de esta aproximación a la historia del periodismo gastronómico nacional.

Un tiempo pasado en los que la temática ha evolucionado dando lugar a la eclosión de formatos en relación con la información gastronómica a través de todos los canales posibles. Una historia en la que la década de los setenta, pero sobre todo, los años noventa, serán cruciales dado que los grandes cocineros del siglo XX y principios del XXI, sus conexiones e intereses culinarios, serán el principal detonante del furor gastronómico.

A su alrededor, desde los años setenta, junto con la inclusión temática del turismo y su relación con la gastronomía como elemento potenciador, surgirán también las primeras revistas especializadas en gastronomía que analizaré en profundidad más adelante por ser el verdadero objeto de esta tesis doctoral.

### 1.1.5 Algunos nombres referentes en el periodismo gastronómico español

Sería éste un recorrido incompleto e injusto por los textos gastronómicos publicados en los medios de comunicación, si no hiciese mención, al menos, a algunos de los grandes paisajistas de la cocina a través de las letras impresas. Comienzo así a repasar la prensa. Autores que publicaron artículos, crónicas y reportajes, cuya existencia oscila entre siglos y cuya influencia y legado resulta a todas luces indiscutibles. Su trabajo constituye, en muchos casos, la narración de la explosión de la cocina española que se producirá a partir de los años setenta del siglo XX, lo que incidirá también en el asentamiento o toma en consideración del periodismo gastronómico como especialidad periodística profesional. Bajo el reinado español de la alta cocina, Ferran Adrià será el catalizador de la vanguardia culinaria nacional e internacional y, en buena medida, del furor gastroperiodístico de hoy en nuestro país cuyo testigo han tomado toda una suerte de cocineros del amplio panorama culinario español.

Uno de los investigadores que se ha encargado de recopilar buena parte de este colectivo, en cuanto a crítica gastronómica se refiere, ha sido Fernando Sánchez Gómez. En su tesis doctoral, y posteriormente en su obra *La cocina de la crítica*, ofrece un elenco de profesionales desde los primeros años setenta hasta la actualidad. Su recorrido comienza con la mención expresa de Rafael Ansón, Presidente de la Real Academia de Gastronomía, y concluye con Mikel Zeberio, (Sánchez Gómez 2013:345-390). Entre ambos se hallan desglosados más de treinta profesionales que han escrito la crítica golosa de nuestro país.

En otros ámbitos periodísticos o a través de otros géneros estarían los periodistas que, con distinta formación, se han ocupado, entre otras temáticas de la gastronomía.

Consciente de que los aquí reflejados son apenas punta de lanza, estos periodistas y escritores continuamente aludidos por cuantos investigan, trabajan o sencillamente se recrean con la literatura y el periodismo gastronómico, constituyen una mínima referencia necesaria por cuanto representan para el desarrollo de la especialidad periodística.



Ya sea durante la Transición y la consolidación de la democracia, los españoles van a disponer de contenidos gastronómicos de los que echar mano sin remordimientos; aspecto que venía gestándose desde finales del XIX y durante la II República a través de revistas temáticas y reseñas periodísticas en las que se reproducen menús<sup>31</sup> y fiestas, y cuyo desarrollo se vio interrumpido por la guerra civil.

Por un lado, gastronomía, nutrición y alimentación van a tener reflejo en la prensa generalista durante distintos periodos. Por otro, a partir del año 1976, aparecerán tratadas de forma específica en las páginas de la publicación especializada, la revista gastronómica moderna, cuya bandera enarbolará la decana *Club de Gourmets*.

Sin embargo, los antecedentes directos de esa revista gastronómica, como veremos, nos conducen desde finales del siglo XIX hasta los años inmediatamente anteriores al conflicto civil español de 1936; serán éstas unas publicaciones híbridas, precarias a simple vista pero tremendamente lúcidas en los asuntos de cocina y gastronomía de sus respectivos tiempos.

Mencionaré algunos periodistas y escritores -dejando sin duda muchos en el tintero- cuya influencia es manifiesta en la prensa, donde Francisco Moreno Herrera, Conde de los Andes (Savarin) inaugura la crítica gastronómica en 1969 -*Los domingos de ABC*, (Sánchez, 2013)-; y en la revista gastronómica, sobre todo, hasta la irrupción de Internet y el siglo XXI con sus nuevos modos y formatos de narración; algunos de ellos tendrán incluso participación en programas durante los primeros años de radio, y años más tarde, también en televisión previa apertura política del país<sup>32</sup>.

Una de las primeras referencias tanto por cronología como por relevancia culinaria es la de chef catalán Ignacio Doménech (1874-1956).

Formado en París y Londres -fue alumno de Auguste Escoffier-, su vida transcurrió entre páginas, platós y recetas; fundó la primera escuela de cocina que hubo en España;

<sup>31</sup> Por citar un sólo ejemplo, famoso y llamativo, señalo el menú diseñado por Auguste Escoffier para la cena de gala del Titanic en 1912, menú que se anunció en la prensa -y en la revista *El Gorro Blanco*- ligado a la actualidad, revelándose así en símbolo de lujo y modernidad.

<sup>32</sup> Caso de Ignacio Doménech, por ejemplo, con sus incursiones en la radio de los años cuarenta de la mano de su gran amigo Gonzalo Avello quien ya trabajaba la cocina en la radio en la década de los treinta del siglo XX (Radio Madrid, varias escaletas años 1931-1932).

formó parte del personal de Lhardy donde dirigió la cocina y fue el cocinero presidencial de Manuel Azaña, tal y como explica el historiador Isabelo Herreros en *La Cocina de la República* (Herreros, 2011).

Artífice de la revista de cocina *El Gorro Blanco*, Domenech fue además autor de 33 publicaciones culinarias, entre las que destaca por su importancia en periodo de escasez de alimentos o productos, la obra titulada *Cocina de Recursos (Deseo mi comida)* publicada por primera vez en 1941; obra adjetivada en numerosas ocasiones como un libro de supervivencia (o "literatura gastronómica bélica" en palabras de Joan Sella Montserrat<sup>33</sup>, por encerrar poca comida y mucha creatividad en una Barcelona hambrienta); artífice de la probablemente primera escuela de cocina que abrió sus puertas en España, y tertuliano radiofónico que apunta la figura del cocinero mediático con sus incursiones en Radio Barcelona durante los años treinta del siglo XX. Su obra *La Teca*, publicada en 1924, como acertadamente apunta Joan Sella Montserrat<sup>34</sup>, fue durante décadas el regalo potencial en las listas de boda de las clases medias catalanas. Estos datos por sí solos dan una idea del peso del eminente cocinero catalán en materia culinaria, literaria y mediática.

Otro catalán para la historia del periodismo gastronómico: Josep Pla (1897-1981). Escritor y periodista, amante de la cocina clásica entendida al modo popular<sup>35</sup>, o el hombre entre dos siglos sobre el que planean complejas sombras políticas, que dejó múltiples versiones de vida e infinidad de escritura, de entre la cual, la gastronómica, tiene ganado su puesto de honor.

Anota el periodista Arcadi Espada en el libro sobre la vida de Pla de la colección Vidas Literarias de la editorial Omega, casi con el mismo espíritu que anotaba Pla en sus cuadernos agrupados en *Notes per a un diari*, que por su pluma circulaba la vida. Ni más ni menos. Con sencillez, aires pictóricos y profusión por el adjetivo, la escritura de Pla destacó desde que iniciara sus primeros pasos, tras estudiar Derecho en 1919, en el periodismo. Fichado por el diario *Las noticias* y más tarde por el vespertino *La Publicidad* en los años

<sup>33</sup> En el prólogo de *Cocina de Recursos (Deseo mi comida)* de ediciones Trea, 2011, p. 11.

<sup>34</sup> Ibid.

<sup>35</sup> Añoranza sobre la que da cuenta en una de sus últimas entrevistas en vida, realizada por Luis de Blanes en mayo de 1977 para la revista *Club de Gourmets*, mayo de 1977, "La añoranza de la cocina perdida".

veinte, en muy poco tiempo demuestra su capacidad de escritura y observación, y comienza su vida como corresponsal en Francia. Alegórico resulta su primer libro, *Coses Vistes*, publicado en 1925.

Pla fue subdirector de *La Vanguardia* durante un breve periodo de tiempo en 1939. Poco después publicó semanalmente en la revista *Destino*, gracias a la cual retomaría su bagaje por el mundo como corresponsal; desde 1940 a 1976 enviaría desde el extranjero sus memorables reportajes consolidando su estilo personal.



Josep Pla visto por el artista David Pintor.

Además de irónico cronista, Pla fue prolífico escritor. Entre sus obras literarias, 47 en total, dejó memorables títulos sobre la cocina, más que pasatiempo para el catalán, sinónimo de identidad y cultura. Y entre estos libros menciono uno principal, *El que hem menjat* o *Lo que hemos comido*, referente de la cocina catalana y publicado por primera vez en 1972 por la editorial Destino.

El nostálgico paladar de Josep Pla tiene su origen en los sabores de la infancia adquiridos en El Ampurdán, subrayados de tierra y mar. Pla reivindicó siempre, anticipándose a ecologismos y comercio local, una cocina natural y un gusto gastronómico que el denominaba fidedigno, auténtico o con raíces. Fue un claro defensor de la cultura del placer en un periodo de la historia española protagonizada por la escasez y la autarquía material en el que mostró, en reiteradas ocasiones, claras críticas a las clases burguesas fascinadas por lo cosmopolita. A estas achacó falta de coherencia alimenticia impuesta por las modas y los ritmos frenéticos de la vida moderna.

Figura controvertida en lo político, ácida en la escritura, y férreo defensor del sofrito -el gran cohesionador de alimentos-, dejó grandes admiradores, como Manuel Vázquez Montalbán, otro de las grandes letras españolas, periodísticas y literarias, para el que Josep Pla fue, además de "profeta de la dieta mediterránea"<sup>36</sup>, el hombre de eterno

<sup>36</sup> Pla, Josep (1997). *Lo que hemos comido*, Ediciones Destino, Colección Áncora y Delfín, p. 11.

cigarro bajo una boina que más que abrigo resultó la "declaración de principios cósmicos"<sup>37</sup> de un hombre que desconfió toda su vida de la escritura bien remunerada, cuyos efectos crearon "una escuela de teóricos del comer influyendo poderosamente sobre la pedagogía culinaria de Néstor Luján o de Juan Perucho<sup>38</sup> y prolongando esa presencia hasta Xavier Domingo o Llorenç Torrado"<sup>39</sup>, todos ellos divulgadores de la cocina que sirvió de guía gastrocultural al resto de los españoles a los que no se cansaron de señalar raíces y descubrir el verdadero sentido de los placeres de la mesa.

Disponemos de un sin fin de material biográfico sobre Pla, pero su figura continúa envuelta de misterios políticos y fuerte personalidad. El escritor Manuel Vicent, intelectual fascinado igualmente por los alimentos terrestres, escribe al respecto:

"Tenía un diseño propio. La boina, la colilla en los labios, la ceniza en la solapa de la chaqueta oscura de payés endomingado, una risa sardónica que le dejaba los ojos convertidos en dos rayas luminosas sobre los anchos pómulos de mongol, la gabardina doblada en el antebrazo y un número indefinido de chascarrillos. A esta silueta hay que agregar su leyenda de espía franquista un poco zarrapastroso, ciertas veleidades de contrabandista, los amores secretos y su fama de buen cliente prostibulario, aparte del lío mental que se armó en política debido al miedo irracional de pequeño propietario. Josep Pla temía que los desheredados entraran un día blandiendo la hoz en sus tierras de Llofriu, en el término de Palafrugell y se las expropiaran en nombre de la justicia universal. Tenía un concepto ruinoso de la existencia humana y de la historia, no muy diferente de la opinión que le merece a un agricultor el granizo o la sequía. Este desastre moral sólo podía salvarse si ese año había una gran cosecha, ya fuera de legumbres o de cereal o en su defecto con sucesivas descargas de un humor sarcástico. Así se limitó a describir la vida que vio pasar ante sus ojos de forma ondulante."<sup>40</sup>

Casi todos los que han escrito sobre su figura en relación con la gastronomía, destacan su importancia como gran conocedor y defensor de la buena cocina. Es en la obra *Lo que hemos comido*, publicada por primera vez en 1972, obra gastronómica fruto de sus

---

<sup>37</sup> Ibid.

<sup>38</sup> Otro gran nombre para el recuerdo. Autor de *Estética del Gusto*. Perucho formó parte, en los años sesenta, de la peña *Los puercos de la piara de Epicuro*, junto a Néstor Luján, el doctor Obiols, Horacio Sáenz Guerrero, doctor Tolosa, Pablo Roig, Trías de Bes y José Blajot, entre otros.

<sup>39</sup> Pla, Josep (1997). *Lo que hemos comido*, Ediciones Destino, Colección Áncora y Delfín, p. 13.

<sup>40</sup> Josep Pla: *la boina y la colilla en la boca*. Manuel Vicent. El País, hemeroteca digital. [http://elpais.com/diario/2008/07/12/babelia/1215819561\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2008/07/12/babelia/1215819561_850215.html).

viajes -exilios, solía decir-, donde este sibarita de fingido aire rural, junta salsas y letras<sup>41</sup> para comparar lo que ha bebido y comido con la cocina de su memoria y de su tierra, recalcando que para comer bien no hace falta gastar mucho dinero, sino saber lo que se come, cuándo se come y cómo se come. Una filosofía que han seguido los autores posteriores especializados en las relaciones que se establecen entre la comida y el ser humano. Por todo lo anterior y sin miedo a equivocarme puedo afirmar que la filosofía planiana avanza y permanece en el posterior auge del movimiento productor, gastronómico y de consumo materializado bajo la fórmula Slow Food.



Álvaro Cunqueiro,  
(1911-1981).

El gallego Álvaro Cunqueiro (1911-1981), director durante años del diario Faro de Vigo, escritor prolífico con una treintena de libros en su haber y autor de la reconocida obra gastronómica *La cocina cristiana de Occidente*, fue otra figura que paseó las cocinas españolas en lengua gallega y castellana con ánimo instructivo. Sus textos, aún hoy, acentúan la imaginación en torno a una materia tan compleja como son alimentos y platos. En ellos volcaba historia, anécdotas y tradición.

Cunqueiro escribió para diarios y revistas, incluyendo su firma en la revista de gastronomía *Club de Gourmets*. Y sin duda es uno de los más claros exponentes de la gastronomía como movimiento intelectual.

Decía el notabilísimo gallego que para comer bien había que añadir, alrededor del plato, literatura, fantasía e inteligencia. Y esas fueron las notas que dejó y todavía relucen en sus textos, auténticas "joyas filo-gastrónomas" que han sido estudiadas (Pascual, 2007:268-279).

De su literatura, su amigo, Néstor Luján, figura gastroperiodística que sigue a continuación, destacó la sencillez y claridad del gallego del que admiraba las narraciones sobre "gastronomías carnales" y al que dedicó, tras su muerte, estas palabras:

<sup>41</sup> Así titula Francisco Fuster un notabilísimo artículo en el que reseña una nueva edición de *Lo que hemos comido* para la web digital de Revista de Libros.

"Le tocó vivir un siglo áspero a este hombre de tan adorables imaginaciones y quiso poner a salvo, para la solidaridad de la sangre y de las naciones, para la perpetuación de un noble espíritu humano, infinidad de tesoros de la memoria consciente e inconsciente de todos los pueblos y culturas, «como quien, en cabaña de monte nevado, conserva el tesoro del fuego»".<sup>42</sup>

Curiosidad inagotable, incursiones literarias, abordaje cultural y pasión por la buena cocina definen al también desaparecido y mencionado Néstor Luján (1922-1995).

Escritor y periodista, Luján estrenaba con increíble anticipación la sección semanal *Carnet de Ruta* -dedicada a la información turística- en la revista *Destino* en el año 1963.



Néstor Luján. Ilustración ABC.

Revista de la que fue director entre 1958-1970 y 1972-1975; éste último año tomaría las riendas de otra publicación memorable para la historia del periodismo, la revista *Historia y Vida*. Paseó firma y personaje<sup>43</sup> por *Club de Gourmets*, entre otras publicaciones especializadas, así como en diarios nacionales además de escribir numerosos libros sobre gastronomía, vino y alimentación.

Fue colaborador habitual de periódicos y revistas como *El Noticiero Universal*, *La Vanguardia*, y el diario catalán *Avui*. Y en la década de los ochenta firmó algunos artículos para *El País*.

Con el pionero Luján y en los años sesenta del siglo XX llegaron los viajes y la gastronomía bajo la atenta mirada de uno de los escritores gastronómicos más prolíficos que ha dado nuestro país. Este periodista tomó del mismísimo Dickens el personaje de Samuel Pickwick, al que convirtió en seudónimo y cronista que llevaría a los lectores a disfrutar de rutas y cocinas extranjeras. Bajo el título *Coma bien*, este Pickwick, "viajero jocundo, alegre compañero, débil ante las tentaciones de la buena mesa, y no menos frágil ante las sollicitaciones del invisible espíritu del vino que encantaba a Shakespeare" (Luján, 1982:9), ofrecía semanalmente artículos gastronómicos, minutas o servicios siguiendo el

<sup>42</sup> *Un vacío para dos literaturas*. Néstor Luján. *El País*, 06-03-1981. Hemeroteca digital. [http://elpais.com/diario/1981/03/06/cultura/352681202\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1981/03/06/cultura/352681202_850215.html). [Consulta 01-12-2014].

<sup>43</sup> Como la polémica sobre *La cocina de la Mujer*, que firmó para la revista en 1978 con el seudónimo Pickwick. *Club de Gourmets* nº 25, abril 1978 y nº 42, septiembre 1979.



estilo de las mesas aristocráticas, "con el cordial desaliño que suele retozar en las prosas periodísticas" (Luján, 1982:10).

De sus escritos, sus importantes libros de cocina además de sus artículos, me atrevería a afirmar que han bebido casi todas las grandes firmas que hoy publican letras sobre cocina, cuyas huellas son reconocibles. Néstor Luján representa una figura característica de su tiempo; se reconocía redondo como su apellido, apasionado comensal y taurino<sup>44</sup>. Ejerció una crítica orientadora, donde la información era el elemento principal y fue un "ejemplo destacado de una forma de ser catalán que posee hondas raíces: un escritor culto, irónico, abierto, ilustrado, amante de la buena mesa, de los buenos puros y, naturalmente, de la Tauromaquia."<sup>45</sup>

Luján tendría en la figura de Juan Perucho (1920-2003) un gran aliado con el que compartió mesas y escribió, en 1970, *El libro de la cocina española*. La labor de Perucho, durante años gran olvidado, fue reconocida en 1988 por la Real Academia de Gastronomía (Premio Conde de los Andes) como mejor escritor gastronómico del año. En 2002, cerca del final de su vida, el Ministerio de Cultura le concedería el Premio de las Letras Españolas. Su obra más memorable es sin duda y al margen de sus artículos de arte y gastronomía incluidos en los primeros números de la revista *Club de Gourmets*, se titula *Estética del gusto*, referente de la literatura gastronómica.



Carmen Casas. Imagen Club de Gourmets 45/46, 1980.

Como Perucho, Carmen Casas no ha contado hasta hace poco con el reconocimiento a su labor gastroperiodística, pero sobre todo como pionera en el avance de la mujer en las redacciones, predominantemente masculinas, de los años setenta. En 2009 fue galardonada por su labor como crítica gastronómica con el Premio EVA que reconoce o destaca el trabajo y liderazgo de las mujeres en diferentes sectores relacionados con la alimentación (entre ellos se encuentran

<sup>44</sup> *Toros y gastronomía*. Néstor Luján, El País. 21-05-1987. Hemeroteca digital. [http://elpais.com/diario/1987/05/21/cultura/548546407\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1987/05/21/cultura/548546407_850215.html). [Consulta 01-12-2014].

<sup>45</sup> *Néstor Luján, catalán y taurino*. Andrés Amorós, La Tercera, ABC. 24-04-2014. Hemeroteca digital. <http://kioskoymas.abc.es/noticias/opinion-la-tercera/20140424/abcp-nessor-lujan-catalan-taurino-20140424.html>. [Consulta 01-12-2014].

la categoría de periodismo y comunicación). Hoy firma en *La Vanguardia* y *El Periódico de Catalunya*, pero Carmen Casas comenzó su andadura periodística elaborando temas culturales para *El Correo Catalán* y la decana *Club de Gourmets*.

Otra mención incuestionable es la de Víctor de la Serna Gutiérrez-Répide<sup>46</sup> (1921-1983), quien con tan sólo 14 años se inició en el periodismo trabajando para el diario *Informaciones*, del que sería redactor, consejero y presidente hasta el año 1976; presidente de la Junta de Fundadores de este periódico hasta el año 1979, también trabajó como redactor jefe en *La Tarde* y subdirector de *El Alcázar* en 1950.

Para este gran periodista, la labor del crítico era "enseñar a comer"<sup>47</sup>. Sería precisamente en *Informaciones*, con la firma o seudónimo *Punto y Coma*, donde en 1968 comenzaría su labor gastroperiodística, cuyas críticas trasvasaría en la época final a *El País Semanal*.



Luis Bettónica, revista *Club de Gourmets*, nº45-46, 1980.

Procedente de una familia con tradición periodística y literaria (hijo de periodista, hermano de un subdirector del diario *El País*, periódico que le dedicaría un sentido artículo con motivo de su fallecimiento<sup>48</sup>, y padre también del periodista en activo de igual nombre vinculado al periódico *El Mundo*, Víctor de la Serna que durante años firmó bajo el pseudónimo Fernando Point), fue Presidente de la Cofradía de la Buena Mesa y de la Academia Internacional del Vino fundada con Constant Bourquin en 1962. Su visión de la gastronomía pasaba por la cultura. Consideraba que era "una de las bases culturales de un

<sup>46</sup> Su hijo, Víctor de la Serna (1947) sigue pasos periodísticos y afición gastronómica, y enológica en particular, escribiendo en cabeceras tan prestigiosas como *El País*, *Diario 16*, *Decanter*, *Sibaritas* o *El Mundo*, donde ejerce como adjunto a la dirección del periódico.

<sup>47</sup> *Quien es quien. La crítica gastronómica en España*. Revista *Club de Gourmets*, nº 45-46, enero/febrero 1980, p. 49.

<sup>48</sup> Víctor de la Serna, escritor y periodista. *El País*, 31-01-1983. Hemeroteca digital. [http://elpais.com/diario/1983/01/31/agenda/412815601\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1983/01/31/agenda/412815601_850215.html). [Consulta 01-12-2014].



país, aunque modesta"<sup>49</sup> y fue un gran defensor de las secciones gastronómicas en los medios de comunicación. Decía el gran conocedor de la gastronomía y enología nacional e internacional en 1980 que "el interés gastronómico de España reside en ser un país con cocina propia, aun contando con escasos medios naturales. La gastronomía cada vez interesa más y tiene un gran porvenir [...]"<sup>50</sup>. Sentencia indiscutible a día de hoy, donde la gastronomía es un contenido estrella en los medios de comunicación.

Luis Bettónica, iniciaba su incursión gastroperiodística en los años 70 del siglo XX. Una década después formaba parte del grupo de periodistas gastronómicos cuyos conocimientos y experiencias servían de guía al resto de españoles. Su firma fue habitual en las revistas *Club de Gourmets* y *Gaceta Ilustrada*, y del diario *La Vanguardia*. Bettónica, que fundó el periódico *El Pipiripao* y que tuvo su réplica radiofónica en la radio de Barcelona, consideraba la crítica gastronómica como un tema subjetivo por definición, razón por la que aconsejaba al crítico tener en cuenta que "una opinión propia es siempre discutible".<sup>51</sup>

A la pregunta sobre el cómo y el por qué la cocina y el gusto por la buena mesa, se han convertido durante los últimos años en la gran cuestión presente en todo el mundo venía respondiendo, hace más de treinta años, el escritor Xavier Domingo.

Xavier Domingo (1929-1996) comenzó a escribir su crónica gastronómica en la revista *Cambio 16* a partir de 1976, en la que era una España de aires modernos y ritmo electoral. Si escaso era el interés del público generalista -no así el adinerado o elitista- por los asuntos del comer, profuso fue el esfuerzo de este periodista, amigo y colega de Néstor Luján y Luis Bettónica, empeñado en hacer llegar a la sociedad todo lo que encierra la comida.

Domingo inició sus pasos en el periodismo en 1956 de la mano de la Agencia France-Press donde ejerció hasta 1976; quiso adornar la recién estrenada democracia tentando e ilustrando a la ciudadanía a través de historias y sabores. Recetas, anécdotas, críticas, loas al producto, deleite o hedonismo sin remordimientos y con naturalidad. Toda

<sup>49</sup> *Quien es quien. La crítica gastronómica en España*. Revista Club de Gourmets, nº 45-46, enero/febrero 1980, p. 49.

<sup>50</sup> Ibid.

<sup>51</sup> Ibid. p. 47.

una filosofía de vida que paseó por las páginas de la revista *Cambio 16*, a las que siguieron los artículos gastronómicos publicados en *Historia 16* e *Historia y Vida*<sup>52</sup>. Fue fundador del Almanaque de los golosos y de las guapas y paseó su escritura por revistas de tanta solera como *Bouquet* o *Gran Reserva*.



Julio Camba, ilustración de Damián Flores 'Caricaturas y Retratos', Francisco Fuster.

Sin duda otro de los autores que durante el siglo XX han destacado erigiéndose en representantes del mejor de los periodismos en la vida de los españoles es Julio Camba.

Camba (1882-1962) representa o aglutina una de las figuras más atractivas en cuanto a trayectoria periodística se refiere. En el mismo confluyen esos años de hambre, políticas y aperturas. Desde principios del siglo XX y en adelante, Camba, corresponsal en Constantinopla, París, Londres, Berlín y Nueva York, paseó su firma por los diarios *Diario de Pontevedra*, *España Nueva*, *El Imparcial*,

*El Radical*, *El Sol*, *El Mundo*, *El País*, y *ABC*; y en ellos con frecuencia firmaba artículos en los que no faltaban las referencias gastronómicas. Así, títulos como *La sardina*, *El buey* o *La cocina inglesa*, más rotundos en cuanto a gastronomía, fueron publicados en 1929, y más tarde agrupados en el libro *La casa de Lúculo*.

*Madrid y el ácido úrico* uno de los artículos más mordientes escrito en 1917; o la serie dedicada a los turistas (inglés, alemán, francés y "yanqui"), o el soberbio *Cómo comen los ingleses* -publicados en 1916- son otros buenos ejemplos periodísticos. Artículos en los que Camba volcó su potencial como minucioso observador. Por ello le reconocemos hoy como auténtico representante de las letras de oro de la gastronomía nacional, un periodista "que se acercó a las mesas y a las cocinas con una sagacidad penetrante y un humor irónico que nadie ha podido todavía superar"<sup>53</sup>.

A Manuel Vázquez Montalbán (1939-2003), le debemos buena parte de la crónica política de la Transición. Escritor, periodista y gastrónomo. Gastrónomo a su pesar,

<sup>52</sup> Artículos agrupados en el volumen *Cuando sólo nos queda la comida*, Tusquets, 1980.

<sup>53</sup> Revista *Club de Gourmets*, Nº 2, mayo 1976, p. 22.

democratizador de la cocina alejada de exclusivos emplatados o aires elitistas. Forjado en la prensa falangista de los años 60 del siglo XX y la prensa pre-aperturista, paso previo a la transición democrática, destacó como escritor de novelas, y, hacia el final de su carrera, dando vida a artículos y obras gastronómicas. Habitual de revistas políticas de este crucial periodo de la historia de España que transcurre entre regímenes políticos, trabajó en las revistas como *Triunfo* o *Interviú*; también firmó artículos en las publicaciones *Siglo XX* y *Hogares Modernos* durante la década de los sesenta así como en los diarios falangistas *El español* y *Solidaridad Nacional*.



Manuel Vázquez Montalbán, caricatura ([blogs.grupojoly.com](http://blogs.grupojoly.com)).

De 1974 a 1978 trabajó en la revista satírica *Por Favor*, de la que fue ideólogo y fundador. De 1976 a 1977 participó la revista *Arreu*, y de 1978 a 1982 en *La Calle*. Los diarios *El Periódico de Catalunya* (a partir de 1978) o *El País* (desde 1984 hasta prácticamente su muerte y donde escribió, precisamente tres años antes de su muerte, en el mes de agosto del año 2000, la interesante colección de artículos gastronómicos ya mencionados y agrupados bajo el título genérico "La vuelta a la cazuela de España. De Port Bou a Hendaya") contaron con su firma, que convivió a partir de 1994 con publicaciones en el diario *Avui*, donde se dedicaba, principalmente, o por encima de todo, a la política nacional.

En su haber destaca igualmente su continua revisión sobre la profesión de la que llegó a elaborar un informe en el año 1963<sup>54</sup>, análisis en el que profundizaba en la situación del periodismo español del momento. Montalbán fue durante años colaborador de medios extranjeros como *La Repubblica* (Italia) y *Página 12* (Buenos Aires).

Manuel Vázquez Montalbán o un gigante periodístico, si revisamos tanto el volumen que representan el conjunto de sus artículos, como el estilo y concisión de su redacción, la calidad de las informaciones o el dominio de los géneros periodísticos a los que supo transferir seguridad y convicción profesional.

<sup>54</sup> Titulado *Informe sobre la Información*. Consulta online Google Books sobre la edición de 2009 de la Editorial Leer-e, Colección palabras mayores.

Aficionado a la cocina, demostró también un gran conocimiento sobre la materia gastronómica en su vertiente intelectual e histórica. Su dedicación y referencias escritas sobre alimentación y cocina evidencian pasión y conocimiento profundo por la historia de los alimentos y sus principales figuras. Temática que abordó en numerosas ocasiones destacando siempre los placeres gustativos e intelectuales, aglutinados bajo el término gastronomía. Un detective glotón, y una reivindicación o huida de tecnicismos y etiquetas confluyen, respectivamente, en sus obras protagonizadas por el personaje policial Pepe Carvalho, y, en la imprescindible obra *Contra los gourmets*. Ésta última representa un alegato sobre la memoria y el placer sin magnificencias, libre de dogmas y teorías.

*Mis almuerzos con gente inquietante* (donde el periodista da cuenta de encuentros, entrevistas y conversaciones con todo tipo de personajes de la cultura, la política o el espectáculo mantenidas en torno a la mesa), los ya mencionados *Contra los gourmets* o *Carvalho gastronómico. Saber o no saber*; *La cocina de los Mediterráneos: viaje por las cazuelas de Cataluña*; *La cocina de autor: Carvalho gastronómico*; *Beber o no beber*; *La cocina del mestizaje*; *Guía de restaurantes obligatorios*; o *La boquería central dels sentis*, conforman el grueso de obras gastronómicas con las que constatar la importancia que concedió Montalbán al arte y el placer de la comida.

Estas y tantas otras firmas (Gonzalo Sol, Antonio D. Olano, Eugenio Domingo, Joaquín Merino, Jorge Víctor Suerio, la olvidada Nines Arenillas esposa de Víctor de la Serna, etc.) cuya inclusión harían de este capítulo unas páginas prácticamente interminables, son sólo algunos de los nombres que van a representar el caldo de cultivo que sentará las bases de la actual crítica gastronómica, sus principales exponentes, e influirán en el posterior desarrollo del periodismo gastronómico como especialidad.

Otros nombres para la historia, que resultan hoy más familiares son los de Rosa Rivás (*El País*, [rosarivas.com](http://rosarivas.com)) José Carlos Capel (*El País*, *El viajero*, *Gastronotas de Capel*), Rafael García Santos (*El Correo Español*), Pau Arenós (*El Periódico de Cataluña*, *Vino +Gastronomía...*), Carlos Maribona (*ABC*, *Salsa de Chiles*), Cristina Jolonch (*La Vanguardia*, *7 Caníbales*), la empresaria y periodista Sara Cucala, o Raquel Castillo (*El Mundo*, *Sobremesa*, *Vino+Gastronomía*), Miquel Sen (*Gastronomía Alternativa*), y tantos y tantos otros como el veterano Cristino Álvarez, quien bajo el seudónimo *Caius Apicius* y desde sus orígenes en la

Agencia EFE, ha conseguido evolucionar y perfeccionar la temática sin perder de vista los géneros periodísticos y las demandas de sus respectivos públicos, adaptándose a los nuevos tiempos que oscilan entre el cambio de cocinas y las herramientas tecnológicas. También nuestro actual Presidente de la Real Academia de Gastronomía, Rafael Ansón Oliart, cuya labor primero como escritor habitual en revistas, más tarde como promotor y responsable de esta academia, ha jugado un papel fundamental en la historia de la gastronomía escrita en nuestro país.

Aquellos primeros articulistas firmaron en distintos periodos en los que se produce el solapamiento de generaciones. Sus textos fueron los primeros que, desde finales de los años setenta hasta los años noventa, marcarán tenencia, despertarán el interés de la audiencia e influirán, por tanto, en el aumento de la periodicidad de las informaciones gastronómicas a las que añaden como valor informativo y/o colorista, notas de historia, antropología y humanidad que convergen en el concepto de cultura gastronómica que, de manera espectacular, gracias al papel destacado de la alta cocina española aparecerá inserta en periódicos diarios hasta nuestros días, y será explotada en revistas especializadas.

## 1.1.6 Auge de los contenidos gastronómicos

### 1.1.6.1 Medios de comunicación contemporáneos

Desde las páginas de los periódicos de segunda mitad de siglo XX, recogiendo o compartiendo el testigo con los autores anteriores, la gastronomía saltará de manera significativa, desde ese primer periódico tradicional publicado tras la Transición a los suplementos dominicales para recalar finalmente en el entorno digital de finales de siglo. Un avance paralelo a la revista especializada en gastronomía cuya primera referencia será *Club de Gourmets* (su primer número, como veremos en su momento, se adelanta por poco a la aparición del diario *El País* puesto en circulación en 1976).

El auge o avance progresivo de la temática ocurrirá durante las últimas décadas del siglo XX, abarcando o rozando los primerizos años del nuevo siglo hasta que la gran crisis mediática termine por afectar a todo tipo de publicaciones impresas. Sin duda una fecha para el recuerdo será la protagonizada por Ferran Adrià y el anuncio del cierre de elBulli, en pleno siglo XXI, noticia que acaparará las portadas de diarios nacionales e internacionales.

A continuación recorreremos grosso modo la trayectoria de la gastronomía en diferentes medios de comunicación al objeto de completar la visión holística de los contenidos gastronómicos en prensa, radio, televisión e internet con la que pretendo contextualizar su proceso histórico y periodístico. Se trata pues de un recorrido rápido y general que no obstante señala los referentes imprescindibles que todo periodista dedicado a la gastronomía debe manejar además de ofrecer los puntos de partida para futuras líneas de investigación.

Una de las primeras cabeceras diarias que incluyeron la alimentación desde la perspectiva gastronómica, asunto que venía publicándose en otras revistas tan relevantes como la ya citada *Cambio 16*, fue el diario *El País* que ya en mayo de 1976, nada más estrenarse, se acercaba a esta temática. Firmaba entonces los artículos Al-Cain<sup>55</sup>, periodista

---

<sup>55</sup> Cuyo nombre real era José María del Rey Valverde como nos indica Fernando Sánchez Gómez en su libro, *La cocina de la crítica*.

que mantendría la crónica y la crítica gastronómicas hasta agosto del 77<sup>56</sup>. Es *El País* el periódico pionero que incluyó los contenidos gastronómicos dentro de la sección de *Cultura*. Y lo hizo en 2007 como se verá más adelante, aunque más tarde, con el cambio de dirección, ubicará la temática, tanto en papel como en digital, bajo la sección *Estilo*<sup>57</sup>.

Dejando al margen la información gastronómica publicada en la prensa diaria nacional, de esta manera global y rápida, dado que precisa su propia investigación, quiero señalar en primer lugar la importancia que, en la actualidad, adquieren los medios digitales dedicados a la gastronomía al contribuir a su difusión. Medios destinados muchos de ellos a recoger el testigo de las revistas, tal y como las hemos entendido hasta ahora, pero que precisan igualmente catalogación y clasificación<sup>58</sup>.

En este recorrido breve que pretende ofrecer una visión global o de conjunto, tan sólo citaré algunos de los muchos ejemplos que se pueden añadir, por ser, desde mi punto de vista, canales relevantes y especializados. Me refiero al portal de tendencias para *foodies*<sup>59</sup>, *Gastroeconomy* (fundado en 2011) de la periodista Marta Fernández Guadaño, con un enfoque predominante gastroempresarial, y *Diario de Gastronomía* (2013) fundado por el publicista Enrique del Río y sus hijos al más puro estilo de diario (temático) digital. Ambos portales, nacidos en el ámbito digital exclusivamente, son dos de los más visitados por los internautas demandantes de informaciones gastronómicas entre las que se encuentran actualidad gastronómica y culinaria, el análisis sobre modelos de negocio de

<sup>56</sup> Recopilación de críticas gastronómicas de Al-Cain en *El País*: [http://elpais.com/autor/al\\_cain/al/](http://elpais.com/autor/al_cain/al/). [Consulta 6-10-2014].

<sup>57</sup> La gastronomía queda agrupada junto a "Gente y Moda" en la sección "Estilo" a partir de octubre de 2014. La razón para el cambio se justifica por la necesidad de organización y jerarquización de la información al objeto de facilitar la navegación web y se produce tras el cambio de dirección del periódico en manos de Antonio Caño. *Las seis claves de la remodelación de la web El País*. Disponible en [http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2014/10/01/actualidad/1412134388\\_262059.html](http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2014/10/01/actualidad/1412134388_262059.html) [Consulta 22-10-2014]. Paradójicamente en la sección Cultura se incluye el apartado blogs donde es posible encontrar el blog de Mikel Iturriaga, *El Comidista*.

<sup>58</sup> Lamentablemente se han producido precisamente cambios significativos en dos iconos gastroperiodísticos durante los últimos años: *Cocina Futuro* y *Vino+Gastronomía*, cuyas respectivas publicaciones especializadas han sustituido, en el primer caso el papel por el medio digital hasta su triste desaparición, y en el segundo, cerrando "temporalmente", según su directora Sofía Magaña en conversación telefónica de marzo de 2015, tras permanecer en el mercado 30 años (de 1984 hasta 2014).

<sup>59</sup> Aficionado a la cocina. Literalmente 'cocinilla', traducción de la misma palabra inglesa. Los '*foodies*' se diferencia de los '*gourmets*' (especialistas o aficionados de gusto refinado) en que les encanta la comida y la buena mesa, están al tanto de novedades y hacen de la comida una cuestión de ocio y afición.



hostelería y restauración -materia específica de *Gastroeconomy*, una de sus especialidades-. Información turística, crítica gastronómica, reportajes, entrevistas y agenda gastrocultural y comercial ligada a ferias y congresos, así como recomendaciones gastronómicas y enológicas encuentran protagonismo absoluto.

Con distintos enfoques ambos portales han sabido captar la atención de audiencias -valga como ejemplo ilustrativo el recuento de usuarios únicos de *Gastroeconomy* que ha pasado de los 20.463 visitantes en 2012, a 45.550 en 2013 y 116.413 en 2014<sup>60</sup>-.

Cabe señalar también que la mayoría de las revistas gastronómicas en general han trasvasado las fronteras del papel para alojarse en la web, ampliando, resumiendo o traspasando contenidos y/o cabecera; si bien es cierto que hasta el plazo fijado por la presente investigación (delimitación del objeto de estudio hasta diciembre 2012, a contar a partir de la fundación de cabeceras) no todas han ofrecido el mismo contenido en papel que en digital, aunque una afirmación que resulta evidente es que, todas o casi todas estas publicaciones, -*Cocina Futuro* es una excepción<sup>61</sup>-, han ido ampliando contenidos y presencia en la web.

Los blogs van a ser otro gran espacio digital donde firmas personales, no siempre correspondientes a periodistas de formación. Algunos de los más relevantes serán los firmados por: José Carlos Capel (*Gastronotas de Capel*, *El País Viajero*); Rosa Rivas (*RosaRivas.com*, *7 Caníbales*); Carlos Maribona (*Salsa de Chiles*, ABC); o Mikel Iturriaga, más conocido como *El Comidista* (*El País*), suponen el último eslabón recreo-informativo en la cadena digital a través de sus blogs. Pau Arenós (*La cocina de los valientes* y *Periódico de Catalunya*); Fernando Huidobro (*Apicius*, *7 Caníbales*); Xavier Mas de Xaxas (que de *La Vanguardia* pasará a *World of Flavor Spain*); Cristina Jolonch (*Siete Caníbales*, además de prensa regional catalana como el periódico *La Vanguardia*); Miquel Sen (*Gastronomía Alternativa*); Rafael García Santos (*Lo mejor de la gastronomía*); Toni Massanés (*Siete Caníbales*, Fundación Alicia); Xavier Agulló (cofundador de la revista digital *Cook Circus*),

<sup>60</sup> Datos facilitados por Marta Fernández Guadaño durante su participación en el curso Periodismo Gastronómico y Nutricional UCM, mayo 2014. Disponibles en su web a partir de octubre de 2014 (<http://www.gastroeconomy.com/2014/07/gastroeconomy-3-anos/>).

<sup>61</sup> La revista apenas ofrecía material en abierto, no al menos el mismo material que publica en papel. [Última consulta al respecto realizada en junio de 2014; en la actualidad sus contenidos están disponibles únicamente en formato digital].



etc., suponen la representación aquí de sólo algunos nombres de los muchos que cabría añadir, y que tienen un espacio propio y destacado en la blogosfera además de liderar, de manera individual o colectiva, otros proyectos relacionados con el periodismo, la gastronomía o la edición.

El blog es la fórmula escogida también por marcas, chefs y restaurantes con los que conectar con el público desde una perspectiva corporativa o personalista; un público que es conducido a dichos espacios desde páginas webs en la mayoría de los casos. Es ésta una manera de volcar contenidos y garantizarse el impacto diario que necesita cualquier producto, marca o persona para formar parte de la comunicación digital intemporal, constante y masiva, característica de nuestro tiempo.

Canales específicos de gastronomía alejados de la fórmula convencional, incluso de pertenecer a la categoría de publicación periodística, pero volcados sobre todo con el recetario son: Javi Recetas con 6.000 lectores en internet; *Gastronomía&Cía.* con 4.000 lectores; *Directo al Paladar* con 17.000; *Falsarius Chef* y *El Cocinero Fiel* con 2.000 lectores cada uno de ellos; *Webs Fritos* con 5.000; o, ya en lo específico vinculado a un medio de comunicación, *Canal Cocina*, con 15.000 lectores en la red, son otras fórmulas que ha prosperado en los últimos quince años<sup>62</sup>.

A ellas hay que sumar la infinidad de perfiles profesionales de periodistas vinculados a medios o ejerciendo por libre, blogueros más o menos competentes así como aficionados en las redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, etc.) con su potente componente participativo y social, completan una oferta de contenido temático digital, el cual, sin entrar en valoraciones sobre pertinencia y calidad, no para de aumentar.

No sólo los medios modernos ligados a la tecnología digital dejan huellas. La radio también ha contribuido a que la gastronomía sea, periodísticamente hablando, un tema de interés con espacios propios.

---

<sup>62</sup> Ranking de lectores Feedly, [www.feedly.com](http://www.feedly.com).

Así lo demostró algunos años antes del conflicto civil español, cuando Radio Madrid (EAJ-7, Unión Radio), a partir de 1925<sup>63</sup> y durante los primeros años de la década de los treinta, ofrecía contenidos sobre cocina en su programación. Se trató de un espacio conducido por Gonzalo Avello.

El cocinero continuó sus incursiones radiofónicas durante años, y un buen ejemplo de ello son los anuncios sobre la programación de Radio Madrid publicadas tanto en *La Vanguardia* como en *ABC* entre 1931 y 1932 donde se anuncia entre las 12:00 y las 12:15 horas, el que microespacio titulado *Recetas Culinarias con Gonzalo Avello*<sup>64</sup>.

Tras el conflicto civil español, en 1940 Radio Barcelona, EAJ-1, emitirá un espacio de cocina de la mano de Menaje -revista que abordaré de manera pormenorizada en el capítulo dedicado a la revista gastronómica en España-. En este espacio se ofrecían contenidos de conocimiento útil sobre cocina y el hogar<sup>65</sup>. Sin embargo, la presencia de esta publicación en radio data al menos del año 1932 donde, de nuevo, en convivencia con las radio recetas de Gonzalo Avello para Unión Radio Madrid, encontramos entre los contenidos de la escaleta de Radio Asociación EAJ-15 programados para el día 10 de julio de 1932 los siguientes mini espacios: Curso de Cocina Práctica, El plato de la mañana y Recetas "Menaje"<sup>66</sup>.

Auspiciada por el turismo y su influencia económica en la década de los años setenta, los primeros programas ofrecían un recorrido por la gastronomía tradicional y se

<sup>63</sup> En <http://www.radiorecetas.com/recetas-y-radiorecetas/recetas-culinarias-por-gonzalo-avello/88-supersticiones-en-la-cocina.pdf>. [Última consulta 16-02-2015].

<sup>64</sup> Gonzalo Avello, Radio Madrid, varias escaletas años 1931-1932: *La Vanguardia*, (1931) <http://hemeroteca.lavanguardia.com/preview/1931/03/03/pagina-14/33165862/pdf.html>. [Última consulta 16-02-2015].

*La Vanguardia*, (1932). Hemeroteca Digital Edición Impresa. Sección Programación p. 12. <http://hemeroteca.lavanguardia.com/preview/1932/07/10/pagina-12/33191995/pdf.html> [Última consulta 16-02-2015].

*ABC* (1931). Hemeroteca Digital. Disponible en: <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1931/12/26/034.html>. [Última consulta 16-02-2015].

<sup>65</sup> Escaleta de EAJI, Radio Barcelona 1940. Programación que incluye un espacio de cocina a cargo de la revista Menaje. [https://ddd.uab.cat/pub/guiadbcn/1940/guiadbcn\\_a1940m4d20.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/guiadbcn/1940/guiadbcn_a1940m4d20.pdf). [Última consulta 16-02-2015].

<sup>66</sup> *La Vanguardia*, (1932). Hemeroteca Digital Edición Impresa. Sección Programación p. 12. <http://hemeroteca.lavanguardia.com/preview/1932/07/10/pagina-12/33191995/pdf.html> [Última consulta 16-02-2015].



'Vamos a la Mesa', mini espacio de cocina en TVE  
conducido por Maruja Callaved. en 1967.  
Imagen <http://actualidadgastronomica.es>.

apartaban de los programas de contenido exclusivo del mundo agrario cuyo origen encontramos espacios como *La hora agrícola* un programa del Comité Agropecuario Forestal durante el Gobierno de la República en 1935; o *España Agrícola* en 1942 bajo el gobierno franquista, programa que se mantuvo en la parrilla durante treinta y nueve años y que de Radio España (luego RNE) pasaría a emitirse durante su andadura en más de 30 emisoras de onda media. (Acosta, 2010: 378).

Espacios de agricultura como el actual *Agropopular* de la Cope, puesto en marcha en 1983 y que se mantiene en antena; u *Onda Agraria*<sup>67</sup> gestado en 2001 en Onda Cero y dirigido por Pablo Rodríguez y Soledad de Juan; han hecho que la agricultura y la alimentación hayan ganado minutos ampliado su recorrido radiofónico, a pesar de elaborar contenidos temáticos para audiencias muy concretas.

Creado en RNE en 1977, el espacio *Comer, charlar y beber*, fue sin duda uno de los primeros espacios radiofónicos. Tras años de silencio Cadena Cope lo revitalizaría con Gonzalo Sol al micrófono.

<sup>67</sup> Onda Agraria, una referencia del sector primario. Consulta 17-10-2014. Disponible en: [http://www.ondacero.es/onda-agraria/programa/onda-agraria-referencia-sector-primario\\_2012090500114.html](http://www.ondacero.es/onda-agraria/programa/onda-agraria-referencia-sector-primario_2012090500114.html).

El famoso Pipiripao, *El Pipiripao*, publicación gastronómica, fue en primer lugar y en la década de los ochenta, un programa de radio emitido por Radio Barcelona cuyo punto de partida, 1981, queda ya en la memoria. Mítico espacio que estuvo dirigido nada menos que por Luis Bettónica y Máximo Fernández.

También Luis Merino tuvo su espacio en radio a partir de la década de los ochenta llamado *Andar y Contar*<sup>68</sup>.

Rodrigo Mestre<sup>69</sup> será otro punto de referencia ineludible con el que tomar o poner en marcha la misma temática de enfoque culinaria, ampliando el concepto cocina, o dilatándolo, añadiendo información sobre la cesta de la compra, el consumo o los productos estacionales. Y lo hizo en distintas emisoras con programas como *Ñam, Ñam, Vamos de compras* o *Gran Mercado* (desarrollados en Antena 3, Cadena Ser y Onda Cero). Sin duda es uno de los pocos restauradores, escritor y periodista, que ha ilustrado a la audiencia radiofónica sobre cocina, gastronomía y el arte y beneficios del buen comer. En la actualidad mantiene columnas, artículos y reportajes en varios medios como *El Periódico de Cataluña* o la web *Carta Variada*. En radio continúa con el programa “*Sabores i Amores*”<sup>70</sup> en Onda Rambla Catalunya. Pero sin duda, su programa más popular fue *El Monogastro*<sup>71</sup> de los años noventa en RNE-5 (Radio 5), por la misma emisora han ido desfilando otros espacio de los que tenemos recientes desapariciones que han dejado sin embargo su huella por su enfoque y calidad como pueden ser *Paisajes y Sabores*, espacio que nació en 2009, que estuvo dirigido por Adoración Fernández, y que duraba alrededor de 50 minutos.

---

<sup>68</sup> En muchos espacios aparece el mismo programa con el nombre de “Andar y Charlar”. Tratando como trata esta tesis sobre revista gastronómica y concediéndole a la misma su valor documental, se prefiere aquí el título “Andar y Contar”, tomado de la noticia aparecida en la revista *Club de Gourmets*, nº 47 del año 1980. “Andar y Charlar” responde más bien al trabajo realizado por Joaquín Merino y su equipo de radio para TVE: un total de trece reportajes que dieron más tarde lugar a un libro así titulado.

<sup>69</sup> Biografía radiofónica de Rodrigo Mestre en la web [www.saboresiamores.com](http://www.saboresiamores.com) y en la editorial Tirant, <https://tirant.com/editorial/autorList/rodrigo-mestre-7945>.

<sup>70</sup> De igual nombre encontramos el espacio que desde mayo de 2009 hasta abril de 2012 tuvo en antena el periodista Manuel Julbe en RNE.

<sup>71</sup> “El Monogastro” a partir del 7 de octubre de 1990 en RNE-Radio 5. El País, hemeroteca digital. [http://elpais.com/diario/1990/08/31/radiotv/652053607\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1990/08/31/radiotv/652053607_850215.html)

Radio Nacional de España va a ser una de las emisoras que mayores contenidos sobre gastronomía y alimentación ofrezca. Como por ejemplo, el mini espacio *Gastrobocados*, inaugurado en 2012 por la escritora y periodista Eva Celada.

Ambos programas -*Paisajes y Sabores*, y, *Gastrobocados*- están fuera de emisión desde agosto de 2014. Fuera de emisión están también *Ruta Gastronómica* (2012-2013) un espacio por la tierra y sus recetas; o, *Ciencia y Alimentación* (2008).

Manuel Julbe fue el encargado de dirigir y presentar en Radio 5 el espacio titulado *Sabores y Amores*, y lo hizo desde mayo de 2009 hasta abril de 2012. Sin duda uno de los más celebrados por los oyentes de la cadena, donde los aromas de lo que se cuece en los fogones y las fragancias de los vinos encontraban armonía radiofónica perfecta. Este espacio, junto al famoso *Comer y Cantar* (2006-2014), de la periodista María Torres junto a los chefs Abraham García y Sergio Fernández, han dejado huella.

Otro espacio de RNE-Radio 5 que cosecho fama y consiguió captar un buen número de oyentes interesados en la gastronomía, fue *Comer de oído*, de Jesús Sánchez quien mantuvo el programa en antena durante dos años, de 2008 a 2010.

*Alimento y Salud* (RNE-5), en cambio, continúa en antena desde su primer programa en 2008; es el gran ejemplo radiofónico de la necesaria combinación entre gastronomía y nutrición. Dirigido y presentado por Teo Sánchez, este espacio contempla entrevistas a expertos, reportajes, información útil y consejos saludables. Definido como un "espacio de servicio público donde se informa de la influencia de la alimentación en nuestra salud, consejos para manipular los alimentos, información sobre preparación de los mismos para conseguir los mayores beneficios. Campañas de concienciación, seguridad alimentaria, y prevenir sobre el consumo de algunas sustancias".

Otros espacios en antena actualmente son *Un laboratorio en mi cocina*, también de RNE-5 (Radio 5), que nace en septiembre de 2014; este espacio, dirigido y presentado por José Javier de la Fuente, se emite los domingos a partir de la una de la tarde, y que supone otro estímulo gastronómico donde la cocina es vista, en esta ocasión, desde la óptica de la ciencia. O *Degustar España* (2012), emitido en RNE y Radio Exterior. Está dirigido por Paloma Zuriaga y su duración es de media hora. Se trata de un espacio gastronómico en el

que cobran protagonismo locales y productos y con el que se puede llenar "la despensa, la barra y la mesa".

A *la mesa*, de Jonatan Armengol en Radio Intercontinental; Mar Romero con su programa *Mesa y Descanso* que se emitía en Punto Radio, que en el año 2010 recibió el premio Antena de Plata de la Asociación de Profesionales de Radio y Televisión<sup>72</sup>, y que pasó a Gestiona Radio, emisora digital; o, *Gastronomía en la Onda*, en Onda Cero Galicia, programa que mantiene Pepe Cadavedo, son otros espacios destacados.

Programas al que debo sumar, en este acelerado repaso por el periodismo gastronómico radiofónico nacional, el espacio de la Cadena Ser, *Gastroser*, donde la radio es, paradójicamente<sup>73</sup>, el canal menos explotado de los formatos informativos disponibles que, junto a vídeos y textos, están dedicados específicamente a contenidos gastronómicos.

Queda claro que la alimentación y la gastronomía tienen relevancia y presencia en otros espacios de la cadena, pero forman parte de un conjunto de contenidos y/o protagonistas de cada edición y cada programa; aspecto que traslado al resto de cadenas y emisoras -mayores y menores- del país.

Uno de los más recientes ejemplos de la inclusión gastronómica en la radio es un formato novedoso que ha visto la luz en Cáceres, a raíz de haber sido nombrada Capital Española de la Gastronomía. En 2015, Carmen Iglesias y Ruth Robado estrenaban los miércoles una "píldora" de unos cuatro minutos de duración, titulada *Cáceres. Capital Española de la Gastronomía*, en los que la cocina de la región es protagonista: "productos típicos de la zona, que después son elaborados por diversos chefs locales", al tiempo que se desgranaban las actividades gastronómicas que con motivo de la distinción se organizan a lo largo del año<sup>74</sup>.

<sup>72</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 426, octubre de 2011, p. 94.

<sup>73</sup> Última visita al portal *Gastroser* de la Cadena Ser para corroborar esta característica, marzo de 2015.

<sup>74</sup> Ponencia de Carmen Salgado Santamaría sobre radio y gastronomía. Curso Periodismo Gastronómico y Nutricional de la UCM 2015, y ampliado en la web RNE, Radio 5, A la Carta. Espacio *Cáceres. Capital Española de la Gastronomía*. Disponible en <http://www.rtve.es/alacarta/audios/caceres-capital-espanola-de-la-gastronomia-2015/>. [Consulta 19-02-2015.]

Tratar de ampliar el conocimiento sobre el recorrido y la influencia que la cocina ha tenido en los medios de comunicación pasa necesariamente por una mención específica y algo más detallada dada su espectacular protagonismo en estos momentos, como es la televisión; para comprender la importancia gastronómica de nuestro tiempo es necesario también revisar su paso por los medios de comunicación, vitales en cuanto a capacidad de influencia en la sociedad. En esta época actual en la que todo son pantallas, la gastronomía se difunde como nunca a través de las mismas, y es la televisión, precisamente, uno de los principales medios de comunicación de masas que ha apostado por este tipo de contenidos a pesar de la dificultades de ingresos y audiencias por las que atraviesa su sector. Sin embargo las posibilidades de promoción y publicidad de marcas junto a la diversidad de formatos y el índice de audiencias han hecho posible el furor gastrotelevisivo.

La cocina en televisión está de moda como nunca. Asistimos a la emisión periódica de diferentes estilos o fórmulas televisivas, sobre todo concursos, que con mayor o menor éxito han cautivado a millones de espectadores, (valga como ejemplo la final del célebre *Masterchef* de 2013 que acaparó 5,5 millones de espectadores)<sup>75</sup> en los que la cocina es protagonista. En 2014 (segunda temporada convencional)<sup>76</sup> el mismo espacio registró 3.173.000 millones de espectadores y nada menos que acaparó el 90% de las conversaciones en Twitter<sup>77</sup>. La media del programa durante esa temporada se mantuvo en 3,2 millones de espectadores.

Ofrecer una panorámica de la situación actual, repasar los orígenes de la cocina en la televisión española para tratar de comprender su espectacular auge, aunque no es objetivo de esta tesis doctoral resulta pertinente. Pese a la fugacidad de este capítulo, quiero remarcar que era necesario para dejar sentadas, señaladas más bien, las bases de un conocimiento que sin duda ofrece grandes posibilidades de estudio desde diferentes ángulos (no sólo el periodístico) de manera pormenorizada.

---

<sup>75</sup> Actualidad gastronómica. Disponible en <http://actualidadgastronomica.es/los-programas-de-cocina-mas-celebres-de-la-televisión-española/>. [Consulta realizada 08-10-2014].

<sup>76</sup> Existe *Masterchef* especial Navidad y *Masterchef* Junior. Considero convencional la fórmula básica o concursantes adultos.

<sup>77</sup> Datos RTVE: <http://www.rtve.es/televisión/20140724/masterchef-bate-record-temporada-gran-final/980500.shtml>. Consulta 11-02-2015.



Es esta, de nuevo, una visión global con la que me aproximo a la historia del periodismo gastronómico protagonista de nuestra televisión. Porque tratar la gastronomía y el periodismo en la actualidad es tratar de los medios de comunicación de masas, donde la televisión, hasta la irrupción de Internet, ha sido uno de los medios favoritos la población y también uno de los medios escogidos para la explotación de la cocina y la gastronomía. Bien para ofrecer informaciones en telediarios, en programas especiales y en series<sup>78</sup> con reportajes y entrevistas motivados por la actualidad, o bien con la proyección de películas relacionadas con la gastronomía -caso infinitamente menor o anecdótico-, la televisión ha venido haciéndose eco de la temática gastronómica desde hace años. Precisamente, el punto de partida de la increíble evolución de formatos y presencia en numerosas cadenas nos conduce al ámbito anglosajón del que el resto de países exportaron sus posibles modelos.

El origen de estos espacios de cocina nos remite a la televisión inglesa y estadounidense con programas de cocina que nos hacen ver la evolución gastrotelevisiva desde la óptica de estilos y género. Algo así como un recorrido que parte de la cocina casera para amas de casa, para alcanzar el reinado masculino de la cámara y el fogón.

La historia de los programas televisivos de habla inglesa que tanta influencia han ejercido en otros países a la hora de copiar formatos, despegan y evolucionan a partir de la década de los años cuarenta del siglo XX. Estos primeros y "básicos" programas presentan una doble característica de género: son las figuras femeninas las que dan origen a un género televisivo cuya audiencia es igualmente femenina. Primero en Estados Unidos y luego en el Reino Unido, la cocina inicia sus primeros pasos con dos espacios protagonizados por mujeres que se dirigen en exclusiva al ama de casa. Más tarde se incorpora la imagen masculina para dirigir estos espacios.

La irrupción de los cocineros televisivos encuentra su origen, tanto en la televisión inglesa como norteamericana, mucho antes del fenómeno Jamie Oliver. Con *Cookery Lesson* (1956)<sup>79</sup> el hombre entra definitivamente en los platós de la televisión inglesa para cocinar.

<sup>78</sup> Como *Un país para comérselo* de RTVE (inicio año 2010, cuatro temporadas completas hasta 2014).

<sup>79</sup> <http://www.telegraph.co.uk/culture/tvandradio/10394111/The-10-most-influential-British-cookery-shows.html>



Dirigido por Philip Harben este programa será otro gran ejemplo de la cocina casera en plena austeridad británica. El programa se mantuvo una década en la parrilla de programación y a pesar de estar presentado por un hombre, la audiencia masculina brilló por su ausencia, y su público fue principalmente femenino.

Y del programa de cocina cuya finalidad es enseñar a cocinar, el mundo anglosajón dan un giro en 1990 con *MasterChef*<sup>80</sup> y comienza a ofrecer *reality shows* y *talent shows*. Así, la fórmula de *MasterChef*, renovada y exportada a más de 200 países a partir de 2005, estuvo dirigida en Inglaterra por Loyd Grossman en su primera etapa -cocinero de origen canadiense cuya marca personal incluye una reconocida gama de salsas para pasta-.

El *talent show* se instala o acomoda, y como tal permanece a día de hoy, con la invención de otros espacios como el británico *Ready Steady Cook* (1994-2010)<sup>81</sup> del que han salido afamados cocineros de la talla de James Martin o Ainsley Harriott.; ambos chefs mantienen espacios televisivos de cocina de gran éxito.

Pero sin duda la gran revolución de la cocina anglófona está protagonizada por Jamie Oliver<sup>82</sup> y su espacio *The Naked Chef* (1994-2010)<sup>83</sup>, cuya traducción nos llevaría a algo así como "el cocinero desnudo", es decir, sin trampa ni cartón, en el que la desnudez es para ambos, para el cocinero y los alimentos de mercado.

Desde estos dos países, fórmulas y estilos serán copiados en otras partes del mundo, incluido nuestro país, donde han contado con mayor o menor presencia desde finales de los años cincuenta del siglo pasado. Unas primeras incursiones gastroculinarias con eminente sentido práctico al que seguirá, con distinto ritmo, una espectacular evolución tanto en formatos como en estilos.

De vuelta al terreno nacional, programas nacionales cuya fórmula y nombre son importados, como los ya mencionados *Top Chef*, *MásterChef*; los incombustibles Karlos

---

<sup>80</sup> Ibid.

<sup>81</sup> Ibid.

<sup>82</sup> Página personal del cocinero: [jamieoliver.com](http://jamieoliver.com).

<sup>83</sup> <http://www.telegraph.co.uk/culture/tvandradio/10394111/The-10-most-influential-British-cookery-shows.html>

Arguiñano, José Andrés o David de Jorge -*Robin Food*-, son nombres famosos que nos suenan a casi todos (incluso lo extraño sería desconocerlos dada su continua mención o aparición televisiva y comercial). Todos ellos, cocineros y programas, pueden presumir de haber alcanzado las más amplias audiencias en distintos periodos, desde finales de siglo XX y principios del XXI hasta nuestros días.

Sin embargo, antes de las grandes audiencias, sentaron las bases de la cocina en la televisión nacional sus predecesores, profesionales como Domingo Almendros o Elena Santonja; y es que cocina y televisión han formado buena pareja en televisión española desde mediados del siglo XX.



Elena Santonja. Fotograma TVE.

El primer espacio conocido de gastronomía en nuestro país se emitía, lógicamente, en Televisión Española en el año 1958, dos años después de las primeras emisiones televisivas que se realizaban en el país, y dieciocho años antes de que se publicara la primera revista gastronómica en nuestro país.

Presentado por Domingo Almendros, el programa "*A mesa y mantel*" abría el camino de la gastronomía en televisión. Se trataba de un espacio con recetas de cocina que estaba dentro de un bloque socio-cultural más amplio, que se emitía a mediodía y en el que también se mencionaban otras temáticas como el cine o se incluían clases de idiomas.

Casi una década después, en 1967, Maruja Callaved estrenaba el espacio "*Vamos a la mesa*", en el que antes del Telediario y durante quince minutos, además de consejos domésticos, se orientaba a los telespectadores sobre consumo y nociones de cocina.

Con posterioridad y dada su acogida el programa pasó a emitirse tras el telediario a partir de las 15:30 horas<sup>84</sup>.

<sup>84</sup> Alejandro Macías. "Vamos a la mesa". Blog Carta de Ajuste. Disponible en: <http://carta-de-ajuste.blogspot.com.es/2010/03/vamos-la-mesa.html>

En los años setenta llegaría el espacio titulado “*Gastronomía*”, donde se repasaba la cocina tradicional española a través de su geografía. Tras éste, apareció en 1984 el famoso espacio “*Con las manos en la masa*”<sup>85</sup> presentado por Elena Santonja. En este espacio Elena Santonja entrevistaba a una figura destacada del momento (por el programa pasaron representantes de la movida madrileña, directores de cine, cantantes, escritores, políticos, etc.), mientras cocinaban juntos. Entre los años 1986 y 1987 se emitió otro espacio de cocina en el que Elena Santonja participaría junto a María José Sarsa y Emilio Linder. Titulado *La cesta de la compra* este nuevo espacio incluía reportajes de interés sobre producción, uso de electrodomésticos con consejos para su vida útil, datos y consejos sobre consumo y gastronomía, ampliando así el ámbito exclusivo de la cocina en televisión. El programa constaba de dos partes. En la primera de ellas se ofrecían este tipo de reportajes y consejos, y en la segunda se cocinaban recetas que habitualmente elaboraba Elena Santonja.

El éxito o la buena acogida de los espacios anteriores llevaría en 1991 a la transformación de “*Con las manos en la masa*”, cuya última emisión se produciría en abril de ese mismo año, a un nuevo espacio titulado “*La cocina de Elena*”, también con Elena Santonja a la cabeza.

Este anuncio se hizo un mes después del último episodio de *Con las manos en la masa* pero la renovación del programa anterior que incluía el paso de personajes tan ilustres para el ámbito de la alimentación y la gastronomía como Nestor Luján, Lucio o Gregorio Varela<sup>86</sup> no prosperaría. Tan sólo se grabarían seis programas (grabados entre los meses de mayo y septiembre de 1991), que no fueron emitidos. La suspensión del programa se debió, según explicaciones de Elena Santonja, a su negativa de anunciar marcas y productos mientras se desarrollaba el programa<sup>87</sup>, versión que nunca fue desmentida por TVE.

<sup>85</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Con\\_las\\_manos\\_en\\_la\\_masa](http://es.wikipedia.org/wiki/Con_las_manos_en_la_masa)

<sup>86</sup> Elena Santonja vuelve a TVE con otro espacio de cocina. Disponible en [http://elpais.com/diario/1991/05/08/radiotv/673653606\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1991/05/08/radiotv/673653606_850215.html). [Consulta 03-10-2014].

<sup>87</sup> Elena Santonja acusó a TVE de suspender su programa por negarse a anunciar marcas y productos, aunque otras fuentes apuntaron a que la negativa se debió a que no recibía compensación económica a cambio. Disponible en [http://elpais.com/diario/1991/09/15/radiotv/684885604\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1991/09/15/radiotv/684885604_850215.html). Consulta [03-10-2014].

Superados los años ochenta en los que se produjo la irrupción de los canales autonómicos, las televisiones privadas llegan con los años noventa, la década de esplendor para la cocina en televisión. Con Karlos Arguiñano y sus diferentes incursiones en televisión, las cuales han sobrevivido durante décadas, comienza una nueva era para los programas de cocina en televisión.

Considerado por muchos como el primer cocinero mediático (aunque debemos puntualizar que fue Ignacio Domènech el primer cocinero con un espacio culinario en un medio de comunicación, en este caso en la radio, Radio Barcelona), Karlos Arguiñano se había estrenado en la canal autonómico vasco Euskal Telebista (ETB), en julio de 1988<sup>88</sup>, participando en *Catorce cocineros vascos*; más tarde, en 1990, presentará “Menú al día”.

Su aparición en el espacio de ETB Hamlau Euskal Sakaldari -*Catorce Cocineros Vascos*- le proporcionaría aquel primer espacio televisivo propio. Finalizado en 1991 “*Con las manos en la masa*”, el cocinero es fichado por TVE donde comenzó el programa “*El menú de cada día*”. El éxito fue inmediato y a él siguieron otros espacios también en TVE como *El sábado cocino yo*, u, *Hoy cocinas tú*, que durante las temporadas de 1994 y 1995 se llamaría “*El menú de Karlos Arguiñano*”, y durante el periodo 1995-1998 “*La cocina de Arguiñano*”. En 1997 el cocinero ficha por Telecinco, en 2002 regresaría a TVE de la que tan sólo se despide dos años después para protagonizar de nuevo en Telecinco “*Karlos Arguiñano en tu cocina*” junto a Juan María Arzak, el invitado especial de los viernes. En 2010 el cocinero firma por Antena 3 donde sigue cosechando éxitos<sup>89</sup>.

Los años noventa representan la continuidad y vigencia de la cocina en televisión. Mariló Montero en TVE<sup>90</sup>, sobre todo a partir de 2009); Inés Ballester en Telemadrid (1994-1997) y TVE (2002-2008); Susanna Griso en Antena 3<sup>91</sup> desde 2006 al frente del

<sup>88</sup> Revista *Gran Reserva*, número 20, septiembre de 1988, p. 4.

<sup>89</sup> Recopilación de datos e historia televisiva de Karlos Arguiñano extraída de Wikipedia. Disponible en [http://es.wikipedia.org/wiki/Karlos\\_Argui%C3%B1ano](http://es.wikipedia.org/wiki/Karlos_Argui%C3%B1ano). [Consulta 03-10-2014].

<sup>90</sup> Saber Cocinar TVE <http://www.rtve.es/television/la-manana-de-la-1/saber-cocinar/>

<sup>91</sup> La campaña ‘Objetivo bienestar’ tiene en 2014 mención en cada programa matinal de Antena 3 en el que se destaca la cocina y la alimentación. <http://www.antena3.com/programas/espejo-publico/objetivo-bienestar/>

programa; y, Ana Rosa Quintana<sup>92</sup> en Telecinco desde 2005, serán las conductoras de diferentes magazines que pasan a incluir cocina y recetas en sus respectivos espacios. El espacio “Babel” –subtitulado Revista de Diversidad- en La 2 TVE, habitual en las mañanas del domingo desde 2009 hasta 2013, es otro ejemplo de incursión gastronómica en televisión a través de mini espacios (“Cocina Babel” y “Sabores del mundo”).



Alberto Chicote, chef y presentador televisivo.

Sin embargo es la aparición en España de Canal Cocina<sup>93</sup> supone el colofón, a finales de los noventa, del auge de la cocina en televisión.

El único canal de televisión en España especializado en gastronomía, es de pago y está producido por AMC Networks International Iberia (Chello Multicanal). Cuenta en la actualidad

con 17 canales de distintas temáticas siendo Canal Cocina uno de sus buques insignia. Sus contenidos abarcan más de 100 formatos diferentes, de los cuales el 80% están producidos y realizados por el propio canal. Su audiencia es de más de 9,6 millones de espectadores y desde que se instaló en nuestro país, en 1998, por sus platós han pasado cocineros tan famosos como Pepe Rodríguez, Pepe Solla, Susi Días, Alberto Chicote, Heston Blumenthal, Jordi y Joan Roca, Quique Dacosta, Gordon Ramsay, Ferrán Adrià, Juan Mari Arzak o el desaparecido Pedro Subijana. Uno de sus programas más exitosos es el conocidísimo “Cocineros Españoles por el Mundo”<sup>94</sup> presentado por Pepe Marín, periodista forjado en los informativos de televisión de Tele5.

<sup>92</sup> La nueva temporada del programa El programa de Ana Rosa en 2010 incluye un miniespacio de cocina que se ha mantenido hasta la actualidad. [http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/empresas/ana-rosa-quintana-se-metiera-en-la-cocina-en-la-nueva-temporada-que-arranca-lunes\\_VYVbch5n4iry0wmHHzUAf1/](http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/empresas/ana-rosa-quintana-se-metiera-en-la-cocina-en-la-nueva-temporada-que-arranca-lunes_VYVbch5n4iry0wmHHzUAf1/)

<sup>93</sup> <http://canalcocina.es/portada/sobre-canal-cocina> [Acceso 10-10-2014]

<sup>94</sup> El espacio da el salto de AMC NETWORKS IBERIA al Grupo A3 Media a finales de 2013.

Instalados ya en el nuevo siglo, concretamente en 2005, el cocinero de origen español, José Andrés, acapara el éxito de la programación vespertina de TVE con su espacio “*Vamos a cocinar*” en el que se recupera el formato iniciado por Elena Santonja en los años noventa. El programa fue una auténtica catapulta para el cocinero que en 2008 presenta en Estados Unidos “*Made in Spain*” (en 2011 se emite en España). Los espacios televisivos de cocina llevan ya nombre de grandes cocineros con mucha proyección mediática.

Eva Arguiñano, vieja conocida de la audiencia gracias a la introducción y participación en los primeros programas de su hermano, ha sido protagonista también de programas propios como “*Hoy cocinas tú*” en 2006 y “*La tentación de Eva*” en 2007, ambos para La Sexta; “*Navidades con Eva y Enrique*”<sup>95</sup>, “*Desayunos y meriendas de Eva Arguiñano*” entre 2009 y 2011 para el canal de televisión Hogarutil; y entre 2011 y 2013 con el *reality* culinario “*Cocina con sentimiento*” en el canal Nova (Antena 3 TV).



No es hasta principios del siglo XXI, cuando las estrellas de los fogones pasan de sus restaurantes a protagonizar espacios televisivos cuyos efectos trasvasan, una vez inmerso en la era Internet y las redes sociales, la pequeña

pantalla para hacer de las microrredes sociales un auténtico territorio (con cifras que van desde los miles hasta los millones de seguidores, caso de David de Jorge o *Robin Food*)<sup>96</sup>.

<sup>95</sup> Se refiere al chef mexicano Enrique Fleishmann <http://www.hogarutil.com/cocina/programas-televisión/navidades-con-eva-y-enrique.html> [Consulta 03-10-2014].

<sup>96</sup> Con nada menos que 2.780.803 seguidores en el canal YouTube. Cifra de agosto de 2014 [http://www.zoomnews.es/372152/estilo-vida/gastro/cocineros-internet-quien-es-numero-uno?cx\\_source=sug](http://www.zoomnews.es/372152/estilo-vida/gastro/cocineros-internet-quien-es-numero-uno?cx_source=sug).



Su presencia e influencia es tal que algunos de ellos, los que están en estrecha relación con la televisión, han llegado a ser *Trending Topic* -tendencia o tema del momento- durante las horas de su emisión en la red social con más éxito en España, Twitter<sup>97</sup>.

“*MásterChef*”, “*Top Chef*”, “*Tu madre cocina mejor que la mía*”, y algunos más en autonomías son programas que irrumpen exitosamente el estancamiento televisivo actual; 2013 aparecen los dos primeros y en 2014 comienza la emisión del último citado. Sus respectivos formatos que ponen de moda los *talent show* y los *reality show* en torno a la cocina. Una verdadera revolución cuyo reflejo en Internet ha deparado diferentes formas de ver y contar la ficción audiovisual, complementado oferta de contenidos u ofreciendo contenidos complementarios a través de diferentes soportes (tablet, móvil, ordenador), cuyas extensiones de narrativa transmediática (relato narrativo transmitido a través de diferentes medios y canales) permiten la interacción de los usuarios, ampliando así la oferta comercial asociada a este tipo de programas<sup>98</sup>: webs propias, redes sociales, libros o e-Books, marcas vinculadas o patrocinadoras, productos/menaje cocina propios, Apps, etc.

De la mano del chef Alberto Chicote y el espacio “*Top Chef*” en versión española la gastronomía da un salto definitivo a las redes sociales donde el canal Twitter es un claro vencedor. Estos espacios gastronómicos -*Top Chef* (#topchef) y Alberto Chicote (#ChicoteEH)-, y series donde la cocina es protagonista o parte central de su argumento, como ocurre en la serie “El chiringuito” de Pepe (#chiringuitodepepe9) han llegado a ser *Trending Topic* en numerosas ocasiones<sup>99</sup>.

Con “*Cocina2*” de TVE, un espacio que previamente se había estrenado en el Canal Viajar, los hermanos Torres, Sergio y Javier, recorrerán España a través de sus productos a partir de marzo de 2014. Programa que dio paso en la misma cadena a *Torres en la cocina*, también protagonizado por ambos chefs en 2015.

<sup>97</sup> El empresario y bloguero Diego Coquillat publicó un post en su blog Social Media Restauranting con el ranking sobre la relevancia y posicionamiento de chefs de alta cocina y cocinero mediáticos en las Redes Sociales (RRSS): <http://www.diegocoquillat.com/los-mejores-cocineros-en-redes-sociales-de-espana-en-2014-3t2014/>

<sup>98</sup> Henar León Barroso, *Análisis transversal de las extensiones transmediáticas de masterchef España, UK, USA y Francia*, en *Contenidos digitales en la era de la sociedad conectada*, Javier Sierra Sánchez y Daniel Rodrigues Parente (coord.). Editorial Fragua, 2014.Pp. 289-306.

<sup>99</sup> <http://www.audienciatv.es>

Otro de los últimos en llegar<sup>100</sup> en ese mismo año<sup>101</sup> ha sido “*Planeta Comida*”, que comenzó su emisión a la una de la madrugada en La 1 de TVE; programa centrado en la divulgación y entretenimiento de los hábitos y costumbres, componentes culturales alimentarios, practicados en países de todo el planeta. También con carácter internacional, encontramos la incorporación en TVE-2 de los documentales protagonizados por Rick Stein que se centran en la gastronomía a lo largo y ancho del planeta.

Los programa de la televisión vasca “*Sukaldari*”, o la figura del ya mencionado *Robin Food* –David de Jorge- que saltará de ETB a Telecinco con su espacio “*Robin Food. Atracón a mano armada*” durante 2014 son otros grandes ejemplos tanto de la permanencia de la cocina en televisión como de su espectacular auge.

Galicia, Cataluña y Comunidad Valenciana, así como otras televisiones autonómicas van a apostar durante la presente década por los contenidos gastronómicos.

La repetición de fórmulas americanas en las parrillas de canales nacionales, en los que predomina el formato de telerrealidad, como la protagonizada por el chef Gordon Ramsay y su exitosa fórmula televisiva “*Kitchen Nightmares*”<sup>102</sup> –“*Pesadilla en la cocina*”, cuya versión española protagonizó Alberto Chicote en 2012-, o el programa estadounidense “*Man V. Food*”<sup>103</sup>, presentado por el actor Adam Richman son otros ejemplos de la afición “gastrotelevisiva” contemporánea instalados en nuestras pantallas.

Concluyo este capítulo con la televisión como medio principal, al menos en lo que atañe a auge llamativo, espectacularidad, variedad, audiencias y programas. Estas referencias y notas fruto de una recopilación exhaustiva y propia pretenden sentar las bases a partir de las cuales comenzar a trabajar futuras investigaciones que permitan

<sup>100</sup> Téngase en cuenta el periodo de investigación/redacción de la tesis, (oct.2012-dic. 2015).

<sup>101</sup> *Planeta Comida* se estrenaba en la madrugada del 28-09-2014 en TVE.

<sup>102</sup> *Kitchen Nightmares* fue puesto en marcha por la cadena de televisión inglesa Cannel 4 en 2004. De allí dio el salto hacia otros países como EEUU. Fue el canal de televisión estadounidense Fox quien compraría sus derechos en 2007 debido al éxito del programa. En 2012 llega a España de la mano de La Sexta y Alberto Chicote.

<sup>125</sup> *Man V. Food* es un programa original del canal de televisión estadounidense Travel Channel que está siendo emitido desde 2012 por Energy (grupo Mediaset España).



profundizar de manera individual en cada uno de los programas, periodistas y medios citados al objeto de construir pormenorizadamente esta historia.

El texto anterior y sus diferentes secciones son un paso previo e ineludible para contextualizar la temática y su historia así como el verdadero alcance del periodismo gastronómico en España; por otro lado, como he demostrado, no se trata de nada nuevo en cuanto a presencia en los medios, otra cosa sería hablar de su frecuencia y espectacularidad a día de hoy, pero esa materia no se analizará aquí más allá de lo señalado en este capítulo que, en cierto modo demuestra el hecho de que la gastronomía ha cobrado terreno e importancia en los medios, por tratarse de una línea sin duda interesante pero que se aparta de la verdadera materia de estudio: la revista especializada en gastronomía y sus particularidades, crecimiento, imitación, dimensión social y posibles vías de supervivencia dada la convergencia digital, o incluso su imposición. La misión de este capítulo es por tanto mostrar, el posible punto de partida, el artículo de costumbres, algo completamente inexplorado hasta hoy, y el recorrido gastronómico en los medios de comunicación nacionales. A partir del mismo, surge la necesidad de explicar, definir y justificar la especialización periodística en el ámbito de la gastronomía más allá del evidente interés del público o los públicos porque es en este terreno donde como profesionales nos queda mucho por hacer.

## 1. 2 Periodismo especializado en gastronomía

La historia periodística anterior con la que se abre este trabajo, mero aproximación de la que sin duda es en realidad, resultaba sin embargo necesaria para visibilizar y contextualizar la gastronomía dentro del periodismo general y demostrar como la alimentación y la cocina contaban con su reflejo en todos los medios de comunicación antes de la espectacularización actual: en la prensa en un principio, en revistas de finales de siglo XIX y principios de XX como veremos a fondo más adelante, y en múltiples canales auspiciados por el desarrollo tecnológico en el periodo actual.

Esta recopilación supone cierto avance, porque el hilo conductor anterior sienta la base de la que seguro partirán futuras investigaciones que ampliarán, corroborarán o incluso corregirán lo anterior, según el caso. Y ojalá así sea. Lo relevante es que hasta este esfuerzo personal no constaba tal ejercicio de recopilación, ni interrelación.

A pesar de que los contenidos gastronómicos se han impuesto con rotundidad en los medios de comunicación a día de hoy, el esfuerzo conjunto de estos profesionales y la edición de revistas especializadas es, en ocasiones, adjetivada injustamente como excusa comercial (¿qué revista está libre de comercio o publicidad?). Sería injusto no reconocer que las mismas, sobre todo en sus primeros años, han contribuido a la educación de buena parte de los españoles. Desde la cocina al intelecto, al mismo tiempo que trataban de educar el gusto ampliaban el mundo interior del lector, divulgaban la cultura gastronómica propia, ligándola a otras facetas sociales y culturales. Si la revista especializada se ha nutrido de marcas y anunciantes es por dos motivos en absoluto excepcionales en el ámbito periodístico que nos rodea y que son: 1) necesidad financiera para la viabilidad de sus respectivos proyectos periodísticos, siguiendo el modelo de cualquier otra revista independientemente de su especialidad, y 2) las marcas de gastronomía y alimentación son para nosotros, periodistas gastronómicos, materia informativa -otra cosa es la justificación, a veces insostenible, de su sobreabundancia o exagerada presencia en los medios sin motivos suficientes, aspecto que tiene que ver más con la ética profesional o con la ausencia de la misma; con el respeto que se demuestre a la audiencia y la aspiración profesional de

ofrecer un trabajo bien hecho en cada una de las aristas que influyen a la hora de hacer periodismo -selección, fuentes, documentación, declaraciones, objetividad, etc.-.

A día de hoy contamos con más y mejores herramientas con las que nutrir contenidos que no tienen por qué estar reñidos con la rentabilidad, ni con las marcas de alimentación, ni con sus protagonistas. Internet y las redes sociales, de las que tanto podríamos hablar, están demostrando el interés de la ciudadanía por la gastronomía. Y son precisamente las características que rodean al periodismo especializado las que pueden dotar de calidad, originalidad y singularidad cultural la temática gastronómica que oscile entre el periodismo de servicio encaminado al asesoramiento e información de los ciudadanos, y el periodismo gastrocultural con el que poner el acento en la divulgación gastronómica, como fuente de conocimiento y patrimonio cultural. Trasvasando así parte de la riqueza contenida en la revista especializada, donde la profundidad temática y la variedad de enfoques son su principal baza.

Tanto a la concepción de especialización periodística como al desarrollo y propiedades del periodismo especializado en gastronomía, con la particular apuesta en las dos finalidades anteriores -servicio y cultura- dedicaré las siguientes páginas.

### 1.2.1 Origen y razón del periodismo especializado. Atomización social y ciencia

En este subcapítulo cabe destacar en primer lugar que la ciencia va a resultar fundamental, ya no sólo porque su evolución, desarrollo o propia especialización da lugar a la parcelación del conocimiento, sino porque sirve para que los medios de comunicación detecten la necesidad de trasladar correctamente a la sociedad, con un código adecuado y accesible, ese saber. En esta tesis, ese saber encuentra su eje temático principal en los alimentos (y bebidas) y la cocina, la cual implica la observación de ciertas ciencias además de poseer conexión con otras áreas relevantes como son los ámbitos económico y social, entre otros, de ahí la necesidad de hacer llegar a la sociedad todas y cada una de sus dimensiones; no sólo la espectacularidad de cocinas y locales, que sin duda cuentan con su público, sino para huir de la banalización de contenidos para ofrecer profundidad y recorrido. Es precisamente la ciencia y su organización el origen de la especialización periodística, en la que la enciclopedia va a suponer un paso decisivo en ese deseo de ordenación sistémica del conocimiento cuyo punto de partida será la obra *Instauratio Magna* de Francis Bacon (1561-1626), considerado uno de los padres de la ciencia moderna, unificador del conocimiento e introductor del método científico, cuyas bases encontramos en Copérnico y su estudio sobre el sistema solar.

“La ciencia comenzó a andar su propio camino con la revolución de Nicolás Copérnico (1473-1543), cuya teoría heliocéntrica expresa en uno de los más inmortales libros científicos, *De Revolutionibus Orbium Coelestium* acabó –a pesar de la censura y la persecución– con la física aristotélica, acogida por la escolástica que consideraba como dogma la teoría contraria el geocentrismo. No mucho después, Galileo Galilei (1564-1642), con su desarrollo de la dinámica o física del movimiento, acabó por rematar aquella primitiva de Aristóteles y de obligada creencia por parte del poder la Iglesia Católica. Fue una época para la historia de Occidente de renovación y descubrimiento, de lucha por la independencia y la libertad de expresión”. (Casals 2005:33).

Bacon fue una pieza clave al indagar en el por qué y para qué de las cosas (filosofía experimental), ahuyentando el conocimiento doctrinal y rechazando la división de las disciplinas que predominaban desde Aristóteles (384-322 a.C.), incluyendo además la experimentación (proveniente del mundo de los sentidos y desdeñada por Platón) como parte del conocimiento. Bacon rompió, como explica María Jesús Casals, co-directora de la

presente tesis doctoral en su libro *Periodismo y sentido de la realidad* (Fragua, 2005), con los esquemas clásicos empleados afirmando que “a la verdad hay que llegar por medio de la experimentación y de la experiencia guiada por el razonamiento inductivo”<sup>104</sup> (Casals 2005:34). Asimismo, “propuso que el estudio del saber pasara del aprendizaje de memoria y del razonamiento deductivo a partir de los textos clásicos hacia un compromiso con el mundo. Y proclamó que en la ciencia estaba el futuro de la civilización”, (Casals 2005:34).

Junto con Bacon, la metodología de Descartes (1596-1650) marcará una nueva etapa en la historia del pensamiento occidental hacia la consolidación de la ciencia, hacia su materialización en palabra y su transmisión en textos. En su *Discurso del Método* (1637) sostiene que la ciencia debe ser un ejercicio de deducción en el que la primera exigencia es dudar hasta hallar la evidencia que nos aleje de esa duda. En esta obra establece el derecho de construir las ciencias a partir de principios generales, educando el “buen sentido” y “rechazando” cualquier argumento de autoridad como imposición (Casals 2005:33).

Si Bacon propuso tres actividades en relación con tres facultades humanas en su razonamiento inductivo (sentidos, memoria y razón) para alcanzar “la llave de la interpretación” (Casals 2005:34), Descartes señaló que para alcanzar el conocimiento, accesible a cualquier ser humano que utilice el método conveniente, habría que atenderse a tres reglas (análisis, síntesis y enumeración) para alcanzar la verdad científica. “El método cartesiano fue como la clave de un lenguaje que exploraba las posibilidades de la razón”, (Casals 2005:33).

El esfuerzo colectivo por registrar y divulgar el conocimiento científico culminará con un modelo de transmisión puramente alfabético -*Dictionnaire historique ou Mélange curieux de l'histoire sacrée et profane de Luis Moreri* (1645-1680)-. La enciclopedia es sin duda el producto literario con el que la ciencia se hace accesible, supone la democratización del conocimiento y el desarrollo técnico, (Fdez. del Moral y Esteve Ramírez 1993:36-37). De este modo la ciencia, en cuyo recorrido los avances y aportaciones del siglo XVII serán

---

<sup>104</sup> En su libro *Periodismo y sentido de la realidad* (Fragua, 2005) Casals explica que este método inductivo está completamente alejado de su sentido clásico y que se fundamente en “una generalización por la cual se elaboran afirmaciones sobre todas las entidades de una clase a base de un número de ejemplos previamente cribados”. Hasta entonces, la inducción se entendía como “el examen de fenómenos particulares, se busca su hipótesis; se comprueba si se aplica a tales fenómenos; y, en caso afirmativo, se convierte en un principio que explica a tales fenómenos”, p. 34.

decisivos, se erige en el centro del conocimiento humano que desde la filosofía avanza, gracias también al adelanto tecnológico, el cual va aumentando con el correr de los años y el esfuerzo intelectual en el afán de desarrollo del pensamiento y de las ciencias.

“La ciencia aparece en Europa con el mundo moderno, como un acontecimiento crucial de la historia humana. Acoge la previa experiencia humana relativa a procesos naturales de todo tipo y a su propia actividad con una comprensión sin precedentes y los organiza en cuerpos de doctrina que han mostrado una enorme capacidad de depuración y de desarrollo. Por otra parte, la ciencia ha ido mostrando una enorme capacidad de la actividad productiva, elevándola a un grado de rendimiento y a un ritmo de progreso sin precedentes (revolución industrial)”. (Fdez. del Moral y Esteve Ramírez 1993:39).

Thomas Hobbes (1588-1679) con su subdivisión en ciencias de hechos (históricas o empíricas); Arthur Schopenhauer (1788-1860) quien dividió la ciencias en puras y emperícas; Aguste Comte (1788-1857) y la división de la ciencia en función de su positividad, donde el orden comienza con la matemática, sigue con astronomía, física, química, biología y sociología, y donde la filosofía es la ciencia más comprensiva (“un filósofo es un especialista en generalidades”); o Charles Sanders Peirce (1839-1914) y sus ciencias teóricas y ciencias prácticas, son nombre obligados en este recorrido cuya fecha significativa para la historia de la ciencia se fija en 1642, momento en el que Descartes publica *Meditationes de prima philosophia*, fallece Galileo Galilei y nace Isaac Newton (Casals 2005:36).

De la mano de estos avances y con las revoluciones sociales gestadas durante el siglo XIX se sientan las bases de una sociedad moderna, una sociedad completamente nueva, que toma las ciudades para configurar un nuevo panorama social. Esa sociedad industrial facilita la expansión del periodismo que siente la necesidad de trasvasar todos los acontecimientos que se registran en un periodo único de expansión y progreso. Nacen las primeras agencias de noticias -Havas, 1835-, y la publicidad florece coincidiendo con las grandes tiradas de la prensa del periodo. Es a partir de la segunda mitad del siglo XIX cuando se origina el fenómeno periodístico que nos interesa, y que produce como consecuencia una evolución informativa que de la concentración de emisores pasa a la diversificación de medios. Este hecho junto a la presencia del Estado en el sector informativo marca la tendencia hacia la división de sectores profesionales en subsectores diferenciados. A principios del XX la masa trabajadora de las ciudades sale del

analfabetismo para convertirse en consumidores de periódicos. Como resultado de ese consumo los ciudadanos obtienen información precisa y aumento de su propia educación, pues la prensa contribuye a su culturización. La Primera Guerra Mundial y el crack económico del 29 marcarán un cambio de mentalidad sobre la sociedad que va a coincidir con la evolución del periodismo. El periodismo de masas y las posibilidades propagandísticas y publicitarias suponen el vehículo perfecto para la persuasión – explotada por gabinetes de Estado durante los próximos años-, y dan lugar a la eclosión del periodismo informativo.

Llegamos así a la primera especialización del periodismo, denominado especialización profesional en el que confluyen el fenómeno específico de la prensa y la propia información como ciencia; la segunda gran evolución en el terreno informativo va a estar protagonizada por el periodismo explicativo de todo tipo de acontecimientos incluidos los que proporcionan las distintas ciencias en ebullición, que ahondan en los contenidos, parcelándolos para abordarlos de manera independiente y profunda. De este modo llegamos a la aparición del periodismo especializado como estructura informativa, (Fdez. del Moral y Esteve Ramírez 1993:69-71).

A pesar de esa parcelación, y antes de pasar a las relaciones entre ciencia y gastronomía, cabe señalar que el conocimiento no es compartimento estanco. El mismo soporta influencias procedentes de otros ámbitos capaces de crear a su vez nuevo conocimiento y de conocimiento interrelacionado (la gastronomía, como expondré más adelante dentro de este mismo capítulo, pertenece a uno de esas disciplinas cuyas conexiones la convierten en un área de conocimiento transversal y multidisciplinar)<sup>105</sup>.

La transmisión del conocimiento y sus influencias, del que buena parte se encargan los medios de comunicación, donde el ejercicio profesional del periodismo supone una gran responsabilidad, conducen hacia el reconocimiento (quizás interiorización en los mejores casos) del término consiliencia, –término recuperado y traído a nuestro terreno particular

---

<sup>105</sup> Esta cuestión se aborda en el apartado 1.2.2.1 Observación multidisciplinar y transversal de la gastronomía, título inspirado por el artículo académico de Ocarina Castillo D'Imperio y Ernesto González Andersen en el que se destacan ambas características y que la autora de la presente tesis doctoral defiende para ser desarrollado contribuyendo al conocimiento por parte de la sociedad del potencial que encierra la gastronomía, narrada desde las Ciencias Sociales y Humanas.

por María Jesús Casals en su obra ya citada, *Periodismo y sentido de la realidad* (Fragua, 2005), como punto de partida en el desarrollo o ejecución del periodismo profesional-.

Dentro del recorrido en la historia de las ciencias, nuestra profesión queda inserta en el grupo de ciencias sociales, donde el término consiliencia adquiere especial significación. La palabra consiliencia, que viene del inglés *consilience*, no tiene equivalencia exacta en lengua española. Casals explica que en su obra *Historia de las ciencias inductivas* (1840), Wilson cita a William Whewell, porque fue el primero en hablar de consiliencia, literalmente: “un aunar el conocimiento mediante la conexión de sucesos y de teorías basadas en hechos de varias disciplinas para crear un terreno común de explicación” (Casals 2005:12). “En realidad, *consilience*, sigue teniendo el mismo significado que cuando se usaba antiguamente para referirse a las distintas ramas del conocimiento. Confluencia no es una mixtura acientífica, sino que obliga a la preparación intelectual que asegure poder entender otras ramas del saber cuando exista esa confluencia de caminos. Por tanto, no es un concepto que preconice la amalgama intelectual o una teoría del todo”, (Casals 2005:13). La consiliencia es “una visión metafísica (parte de la filosofía que estudia el ser en cuanto tal, sus propiedades, principios y causas primeras) del mundo, y precisamente una visión minoritaria que comparten sólo unos pocos científicos y filósofos. No puede probarse mediante la lógica a partir de principios primeros, ni basarse en ningún conjunto de pruebas empíricas, por lo menos no por ninguno que se haya concebido todavía. Su mejor apoyo no es otro que una extrapolación del éxito pasado y consistente de las ciencias naturales. Su prueba más segura será su efectividad en las ciencias sociales y en las humanidades. El mayor atractivo de la consiliencia está en la perspectiva de aventura intelectual y, aunque sólo tenga éxito modesto, en el valor de comprender la condición humana con un mayor grado de certeza”, (Casals 2005:12). Y esto interesa especialmente cuando la sociedad actual -dispersa, atomizada en palabras del también profesor de Periodismo Especializado, de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, Rafael Llano-, permanece conectada a redes que responden a intereses particulares que sin embargo no son ajenos a otras influencias. Todas sus actividades generan ingentes cantidades de información, cuyo procesamiento en el afán de comunicación, recae en buena parte en nuestras manos. Es a través del periodismo



especializado donde el concepto de consiliencia, que supone un aprendizaje continuo, puede observarse y convertirse en herramienta de trabajo o filosofía particular.

En su libro *La especialización periodística* (Tecnos, 2008), Rafael Llano resume el estado moderno en el que nos encontramos con esta frase: nuestra sociedad se caracteriza por la “atomización social sin síntesis cultural”. ¿Por qué? ¿Qué quiere decirnos Llano? Sencillamente que las funciones sociales se han diversificado tanto que han dado lugar a contradicciones (nuevos paradigmas diría yo a juzgar por el ritmo y el asentamiento de comportamientos).

El caso es que la identidad social del individuo ya no está determinada por la pertenencia a un único grupo. La propia familia, indica este mismo autor, ha dejado de ser el núcleo central de los individuos: es el ámbito laboral el verdadero núcleo o eje central alrededor del cual giran las asociaciones y relaciones sociales. El individualismo, la homogeneidad, son rasgos propios de la vida urbanita o de ciudad, también de su organización y sus relaciones y, cómo no, de sus consumos donde el fenómeno “centro comercial”, “el ocio teledirigido”, las “franquicias”, la acaparación de mercados de unas pocas marcas, etc., resultan buenos ejemplos. Es éste el caldo de cultivo en el que la cultura y el conocimiento también se disgregan entre ciencias naturales y sociales, o entre especulativas y prácticas; la brecha es significativa entre los especialistas e investigadores que desconocen los progresos de sus colegas, sus aportaciones.

“Lo que observaba Max Weber a propósito de su tiempo, se cumple al pie de la letra en el nuestro: la cultura ha progresado una barbaridad, pero el ciudadano es más ignorante de los fundamentos racionales del mundo en el que vive, que el salvaje lo era de los fundamentos mágicos del suyo”, (Llano 2008:44).

Los medios de comunicación ofrecen constantemente información del mundo en el que vivimos pero no contrarrestan la sensación de vivir en un mundo extraordinariamente complejo. Es en este terreno particular donde la especialización, cada especialización, puede contribuir a desdibujar esa peligrosa frontera.

El periodismo es una ciencia social hecha a partir de esa consiliencia donde el ejercicio de su aplicación supone la interacción continua de los conocimientos a través de los diferentes modos informativos de los que disponemos, (Casals 2005:13). Es una

búsqueda constante de comprensión de fenómenos y conocimientos para explicar el mundo y la vida. Contamos hechos, los explicamos y los juzgamos, y lo hacemos mediante nuestra propia metodología. Es evidente que de toda esa actividad humana, de todas las ciencias que investiga y a las que da lugar, es el periodismo el encargado de su transmisión a la sociedad de manera amplia o generalizada. Y en el caso de la divulgación del conocimiento científico adquiere una mayor dificultad aún, porque debe traspasar el ámbito de las ciencias sociales, su cordón umbilical, para entender el lenguaje conceptual de las ciencias teóricas y experimentales.

Nuestro reto como periodistas del siglo XXI, siguiendo la argumentación de María Jesús Casals, es conciliar ese conocimiento, darle un sentido, explicárselo a la sociedad.

“Nuestras percepciones y nuestro saber del mundo dependen de qué nos informan y de cómo nos informan. El periodista es un intelectual público, un actor social que necesita conocimiento y que devuelve conocimiento” [a la sociedad]. (Casals 2005:19).

Conseguir el equilibrio intelectual a través del ejercicio de la consiliencia será una obligación y las señas de identidad del periodista profesional y del periodismo especializado, independientemente de su área informativa principal.

Tanto la especialización como la divulgación son términos complementarios. Asimismo, es posible mantener la independencia siendo capaces de detectar la interdependencia y complementariedad entre los saberes sobre los que tenemos que informar. Y sobre los que la especialización periodística supone el primer paso de cualquier profesional que aspire a transmitir con eficacia una parcela concreta, en absoluto ajena a la complejidad de un mundo de conocimientos y múltiples relaciones.

## 1.2.2 Relaciones entre ciencia y gastronomía

En el recorrido acelerado por la historia de la ciencia anterior se desarrolla la ciencia de la nutrición a la que da inicio el químico francés Lavoisier (1743-1794); estudios que se desarrollan durante la segunda mitad del siglo XIX en Alemania, Norteamérica y otros países donde, desde entonces, es posible hablar del “concepto enérgico de la nutrición”<sup>106</sup>, donde los componentes orgánicos de los alimentos, son entendidos como fuente de energía. Este importantísimo campo de visión demostrará que “los cambios de energía que se verifican en el organismo vivo obedecen a los principios termodinámicos que gobiernan los cambios de energía en el universo”<sup>107</sup>. Con él se establecerán las bases para el estudio de los procesos nutritivos en los organismo. Es entonces cuando todo lo relacionado con la nutrición comienza a despertar el interés del público de esa sociedad moderna que está descubriendo las posibilidades de la ciencia y la tecnología.

El periodismo especializado parte de la necesidad de la sociedad de comprender la compleja realidad inmediata de la actividad humana con la que diariamente convive. Es el periodista, el mediador entre fuentes y público, al que se le exige en primer lugar la comprensión de cualquier fenómeno en su intento de divulgación. Cualquier especialización no es más que la consecuencia lógica del desarrollo de áreas profesionales, cuyas implicaciones, efectos, beneficios, problemáticas y actividades relacionadas o conectadas son susceptibles del interés de los ciudadanos, a quienes como periodistas nos debemos.

Qué duda cabe del gran desarrollo y evolución de la gastronomía nacional e internacional, de su preponderancia informativa, de su peso económico en la actualidad.

Respecto a las primeras cuestiones anteriores -desarrollo y evolución- tenemos los grandes cambios orquestados por la tecnología que posibilita la propia evolución culinaria ocasionada en el siglo anterior con la denominada cocina de vanguardia, donde la técnica y la tecnología se alían para dar lugar a una concepción culinaria completamente nueva; de hecho ha generado su propio vocabulario recogido en diccionarios propios hasta entonces

<sup>106</sup> *El progreso de la ciencia de la nutrición*, Francisco Grande Covián. El País, Hemeroteca digital. [http://elpais.com/diario/1983/06/08/sociedad/423871203\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1983/06/08/sociedad/423871203_850215.html). Última consulta 23-07-2015).

<sup>107</sup> Ibid.

inexistentes<sup>108</sup>. En el origen de la misma, la cocina, la comida y sus efectos en el organismo, confluyen o están presentes, a su vez, en una serie de ciencias específicas que evolucionan y cuya importancia no puede pasar desapercibida. La gastronomía puede observarse desde diferentes ángulos, siendo la ciencia, uno de estos posibles ángulos. Así ocurre cuando, por ejemplo, la observamos desde:

1) La física, del latín *physica* y del griego *fysiké* que significa “natural”, esa ciencia que estudia las propiedades de la materia y de la energía -el alimento es materia y energía-.

2) La química, del griego *khemeia* literalmente “mezcla”, la ciencia que estudia las transformaciones de unas sustancias en otras; la cocina contemporánea –también la tradicional- depende de esas transformaciones para dar buenos resultados, resultados controlados antes, durante y después de su transformación.

3) La fisiología, del griego *physis*, “naturaleza”, y *logos* “palabra, tratado, estudio”, la ciencia que estudia la funciones de los seres vivos; vida, seres que dependen de una correcta y adecuada alimentación.

4) La bromatología del griego *bromatos*, “alimento”, y de nuevo del *logos*, “estudio” (el estudio de los alimentos, de sus características organolépticas, de su composición).

5) La nutrición, del latín *nutrire*, “dar alimento, sustentar, abastecer con lo que se necesita para funcionar”, estudia la calidad y cantidad de los alimentos que necesita el organismo para su funcionamiento.

6) La dietética, del griego *diaita*, “régimen de la vida”, forma parte de la nutrición. Es decir, es una rama de la ciencia que estudia la alimentación adecuada a partir de las necesidades fisiológicas y psicológicas de los individuos.

Con respecto a la evidencia más concreta de las relaciones entre ciencia y cocina moderna se encuentra el trabajo realizado por el científico francés Hervé This y el profesor de la Universidad de Oxford, el físico húngaro Nicholas Kurti, a quien debemos el término

---

<sup>108</sup> Como por ejemplo el volumen titulado *Léxico científico gastronómico* elaborado por la Fundación Alícia y elBulli Taller y publicado por la Editorial Planeta (2006).

de “cocina molecular”, definida por ambos como “la aplicación de la ciencia a la práctica culinaria”. Dicha expresión se implanta por primera vez en 1988 en el Taller Internacional de Gastronomía Molecular y Física, organizado por This y Kurti en el Instituto Nacional de Investigación Agronómica de París, (INRA), (Pujol, 2010:25-29).

La cocina molecular introduce elementos químicos o combina aquellos cuya composición molecular es compatible para la elaboración de sus platos. Su gran aportación es haber favorecido la comprensión de las reacciones químicas en la cocina y en los alimentos, con la que se han mejorado técnicas y tecnologías culinarias.

Con su irrupción se comenzaron a desarrollar nuevos métodos y nuevas herramientas que dieron lugar a la creación de nuevos sabores, olores y consistencias -no exentas de críticas; la oposición más sonora sea quizás la del desaparecido cocinero Santi Santamaría-, que fueron posibles gracias a la variación en el proceso de elaboración y cocción, o, combinando determinados ingredientes; no olvidando además la preservación nutricional de los alimentos.

En otras materias, pero en periodismo sobre todo, el acto de comer implica la necesidad de contemplar el fenómeno de la alimentación teniendo presente además de la ciencia anterior, aquellas con dimensiones sociales, económicas, intelectuales, culturales, sensoriales y emocionales -psicológicas-.

En las sensoriales concretamente intervienen gusto, olfato, tacto, vista, audición, temperatura -detección- y, en ocasiones, dolor o irritación provocados por ciertos alimentos. Con respecto a la textura, -“la manifestación sensorial de las propiedades estructurales, mecánicas y de superficie de los alimentos”, (Fizman, 2010:17)-, la misma se detecta incluso antes de que el alimento se introduzca en la boca mientras lo estamos manipulando u observando en el plato, aunque el reconocimiento definitivo se produce al masticar. El estudio de estas percepciones implica la intervención de numerosas ciencias: médicas (fisiológicas, neurociencias, genética), ciencias sensoriales y de consumo, tecnología de los alimentos (propiedades químicas, físicas y estructurales de los alimentos), psicología, sociología y nutrición, entre otras (Fizman, 2010:19). Es con su visión de conjunto, teniendo presente el concepto y la función del término consiliencia, con las que se puede aumentar la comprensión de un fenómeno tan complejo como el que atañe a la

percepción del alimento, su desarrollo y efectos. Esa conexión con el mundo exterior, con la toma de conciencia del alimento a partir de la aceptación o el rechazo, del placer o el disgusto, conecta con la psicología, el mundo académico y el ámbito cultural. Y esto interesa especialmente a los periodistas quienes sumamos la dimensión humana en nuestro trabajo para conectarlo o relacionarlo con otras disciplinas; es decir, somos los encargados de observar las consecuencias de estas ciencias, de sus efectos e implicaciones, de sus avances e influencias, de sus correlaciones; tomamos todo ese conocimiento para elaborar informaciones u otros productos periodísticos -reportajes, entrevistas...- al objeto de trasladar ese conocimiento a la sociedad.

En el origen mismo de la cocina y las formas de alimentación se encuentran igualmente la suma de otros saberes o conocimientos que se han ido acumulando con el paso del tiempo, para contribuir a su desarrollo de manera única y particular en cada territorio (mezcla de historia, antropología e identidad).

Observamos, también, a partir de sus relaciones sus repercusiones -tanto positivas como negativas- en la vida práctica de los ciudadanos, su seguridad alimentaria, su salud, su ocio, es decir, al ofrecer información útil, de servicio. Información que abre un abanico de posibilidades enorme a la hora de abordar la comunicación e información gastronómica desde su relación con otras ciencias humanas y sociales como el propio periodismo, la antropología, la sociología o la filosofía, en definitiva, desde el ámbito del pensamiento y la cultura más amplio posible.

Con el desarrollo científico y social gestados en siglos anteriores, con la innovación y renovación culinarias actuales, con su protagonismo y la demanda del público sobre este tipo de contenidos, era una cuestión de tiempo incorporar la gastronomía a las tradicionales especializaciones periodísticas asentadas en España tales como política, sanidad, literatura, cultura, cine, teatro, deportes, etc. Cosa que ya se había producido en universidades de otras partes del mundo. Incorporarla no como subárea o subespecialidad de una matriz superior (economía, salud, ocio, cultura), como a veces aparece reflejada, sino con entidad suficiente para erigirse en área de especialidad principal, cuyas subáreas podrían establecerse a partir del foco de atención de la información contenida pues su

riqueza, de la que hablaré más adelante, permite desarrollar esta información desde diferentes ángulos.

### **1.2.2.1 Observación multidisciplinar y transversal de la gastronomía**

Visto lo anterior, resumo que cuando hablamos de gastronomía, no podemos reducir el término únicamente al ámbito de la cocina, a sus protagonistas o novedades, a la preparación o elaboración de un plato, pues ésta es tan solo una pequeña parte de este objeto de estudio, cuya responsabilidad de transmisión de información y conocimiento a la sociedad recae en los medios de comunicación.

El desarrollo de la sociedad del conocimiento supone la ampliación de los saberes y la reducción de las incertidumbres. La complejidad y la proliferación de avances y estudios en todos los terrenos del saber hacen que no podamos permanecer alojados en la creencia de teorías estáticas entendidas como parcelas estancas, fragmentadas e individuales del resto de saberes. El conocimiento está dividido pero ha demostrado, en su propia evolución, la conexión con otras materias. La materia gastronómica, sobre la que se profundizará más adelante, es uno de estos ejemplos en los que la confluencia entre diferentes ciencias, sus enfoques y aportaciones, no pueden ser sino contempladas desde el reconocimiento interdisciplinario y transdisciplinario<sup>109</sup> que encierra.

La gastronomía ha de entenderse como un área extenso de conocimiento, como área de especialización multidisciplinar y transversal, en el que el eje central sea la alimentación y su versión histórica y actividad cultural e intelectual, ese estadio mental superior que deja atrás la función propia de los alimentos para observarlos desde diferentes ángulos. Sus dimensiones están marcadas por otras disciplinas con las que mantienen conexiones (desde las Ciencias Sociales, Humanas, Naturales, Bellas Artes, Medicina, etc., siempre girando alrededor del ser humano).

Tal y como veremos llegado el momento, el hecho de cocinar supone el paso evolutivo determinante para llegar a ser los hombres y mujeres que somos hoy. Con el fuego y la posibilidad de calentar o cocer los recursos animales y vegetales se introdujo un cambio sustancial en la dieta, al tiempo que comenzó el desarrollo de las primeras formas

---

<sup>109</sup> Este aspecto es el que destacan los investigadores Ocarina Castillo D'Imperio y Ernesto González Enders, de la Universidad Central de Venezuela (UCV), en el artículo titulado *La gastronomía: una mirada transversal y un conocimiento transdisciplinario*, presentado en la ponencia del Primer Congreso Internacional de Gastronomía de la Universidad Metropolitana de Venezuela. El mismo sirve aquí, como ya se ha dicho, de sustento y es compartido por la autora del presente trabajo.



de gastronomía. El famoso triángulo de Claude Lévi-Strauss (crudo, asado, hervido) nos conecta con la civilización, la manipulación, con nuestro lado culto.

Comer y beber son para el ser humano mucho más que un vehículo para colmar las necesidades fisiológicas a las que por otro lado permanecemos ligados; las pautas de nuestra vida están ligadas a la alimentación, es cierto. Y no existe sociedad alguna en la que la comida no esté asociada a celebraciones de todo tipo, desde festejos y encuentros familiares hasta el acuerdo de alianzas políticas.

Podemos afrontar la alimentación y la gastronomía, su vertiente culta y hedonista, desde el punto de vista de la nutrición y la dietética; del estrictamente culinario (cocinas emergentes, tradicionales, recuperación de técnicas y recetas, historia...); del ámbito turístico y la promoción nacional (congresos, economía, exportación de modelos de negocio, fuente de trabajo, fenómeno social...); del ocio (restauración, ferias, fiestas, oferta, tendencias, consumo...); y el intelectual y cultural, presente en lo anterior y con las posibles relaciones y conexiones literarias, cinematográficas, teatrales, artísticas, etc. a las que pueda dar lugar; o de los protagonistas de la alta cocina; de la innovación y la creatividad culinaria... La lista es infinita.

Es esta dimensión transversal y multidisciplinar, donde existe un vasto campo para la investigación, que atraviesa temas tan variados y apasionantes en relación la alimentación como la semiótica de los alimentos; la sociología del consumo; la relación de escritores con la alimentación y la gastronomía, de su papel en la literatura; con el arte y sus manifestaciones; con el cine donde todavía permanece en el limbo indefinido o prudente de catalogación; la religión; las tradiciones; los ritos; las reglas sociales... Degustar, transformar, historiar, narrar, descubrir, vincular, analizar, entender, conocer, contextualizar, compartir, experimentar, e investigar los alimentos y su identidad se ha convertido, hoy, en un área de interés académico (relativamente incipiente en nuestro país), al que le queda muchísimo recorrido por delante y cuya oportunidad no podemos dejar pasar por alto.

### 1.2.3 Periodismo gastronómico: especialidad periodística del siglo XXI

En el terreno propio de nuestra profesión, y a pesar de todo el recorrido que ha quedado agrupado en el primer capítulo de este trabajo, no es hasta el año 2010, a partir de la publicación de la imagen de Ferran Adrià en el periódico *The New York Times*, nada menos que abriendo el diario anunciando el cierre de elBulli, cuando la sociedad española en su conjunto, y la mayoría de sus medios generalistas, salvo la revista especializada en gastronomía que venía reflejando toda esta actividad, despiertan (por el revuelo generado)



Ferran Adrià anuncia el cierre de elBulli, 12-01-2010. Imagen Diner's Journal, NYT.

del letargo en el que parecían sumidos con respecto a esta temática. Es entonces, avanzado el siglo XXI, cuando verdaderamente se comprende el fenómeno, su trascendencia y repercusión, del que con tanto acierto y visión dio cuenta el diario norteamericano.

La toma de conciencia, como refleja Yanet Acosta en su breve artículo para el portal digital *Siete Caníbales*<sup>110</sup>, no sólo sobre la importancia de la gastronomía

española y su principal protagonista del momento, Ferran Adrià, sino también de la cobertura de los medios de comunicación influyentes sobre el fenómeno que se había gestado años antes y se hacía patente en la primera década del siglo XXI, saltando a primera en un medio de información generalista.

“En los comienzos del siglo XXI, los diarios empiezan a entender el interés de contar con periodistas especializados en gastronomía, de las secciones gastronómicas o de la inclusión de este tipo de noticias, no sólo en sus apartados para estilo de vida y ocio, sino también en los de

<sup>110</sup> “*Periodismo gastronómico, ¿moda o realidad?*”, Yanet Acosta. Portal digital Siete Caníbales 13-01-2012. Disponible en: <http://www.7canibales.com/el-periodismo-gastronomico-moda-o-realidad/>. Última consulta 25-05-2015.

cultura. Descubren que la gastronomía es más que crítica y recetas y que los reportajes, las noticias y las entrevistas aportan valor a sus espacios informativos”<sup>111</sup>.

Sin dejar de cuestionarnos, como hace la autora de este artículo sobre las modas que podrían estar relacionadas con el auge de contenidos gastronómicos en los medios de comunicación en estos momentos, dicha temática lleva años desarrollándose con periodicidad y abundancia en países como Francia, Estados Unidos, Canadá, Australia, Reino Unido o Italia, entre otros. Es en España donde, desde hace unos años, esa periodicidad y abundancia suponen una novedad a nivel periodístico profesional, amplificada sin duda por los nuevos canales digitales, y donde si no sentamos las bases teóricas que le son propias como especialidad desde la universidad<sup>112</sup>, también desde la profesión encargada de divulgar a la sociedad dicha información; si no trabajamos para proponer enfoques tanto variados como reclamar su seriedad y calidad, podríamos caer en eso de las modas, que como sabemos aunque vuelven son pasajeras.

Si bien es cierto que las revistas, como veremos, suponen en nuestro país el caldo de cultivo de la especialidad que ha conseguido afianzarse como formación de posgrado a través del antes mencionado título propio de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, al que han seguido con posterioridad algunos otros programas o acciones procedentes de otras universidades, sin duda alertadas por la novedad del trabajo desarrollado con esta titulación, es el asentamiento de nuevas teorías y propuestas en torno a la necesidad profesional de la especialización del periodista, lo que nos lleva hoy a poder hablar con propiedad de periodismo especializado en gastronomía.

Si el periodismo aspira a dotar a los ciudadanos en sentido amplio de las herramientas necesarias con las que poder fundamentar y gobernar su opinión al objeto de conducirse en sociedad, el periodismo especializado es la herramienta con la que dicho ciudadano cuenta para profundizar en aquellos temas que le preocupan o interesan, más allá de la actualidad del momento. Y aún no siendo de su interés específico muchos de ellos, en este periodismo recae la responsabilidad de llamar la atención sobre lo que precisamente el ciudadano no es capaz de detectar por si mismo. Establecer conexiones,

---

<sup>111</sup> Ibid.

<sup>112</sup> Es decir, con investigaciones, tesis, debates, congresos, manuales propios o específicos, etc.

desvelar intereses, analizar, correlacionar, denunciar y dirigir el foco de atención hacia lo verdaderamente relevante son funciones que le son propias.

Cada día nuestra sociedad se torna más complicada y la vorágine de contenidos que se difunden y están disponibles en Internet, donde comparten espacio profesionales y aficionados, hacen necesaria la acotación del ámbito de actuación del periodismo en general y del periodismo especializado en particular, y su defensa en pos de una sociedad correctamente informada y la supervivencia de esta profesión. En un mundo atomizado y “ante la cantidad cada vez más ingobernable de fuentes de información sobre todos los saberes expertos, el periodista está obligado a decidir por sí mismo qué hechos, informaciones y opiniones son dignas de ser puestas en circulación para que lleguen a ser del dominio público”, (Llano, 2008:45).

Durante la presentación del film *Snacks. Bocados de una revolución* dirigido por Verónica Escuer, directora del festival *Food&Film*, y Cristina Jolonch, periodista gastronómica y una de las ideólogas del portal varias veces mencionado en este trabajo *Siete Caníbales*, los chefs protagonistas del documental presentes en la conferencia que se ofreció tras su visionado en la ciudad de Madrid, coincidieron en la importancia del papel mediador de la prensa y el rol de periodista especializado para hacer llegar a la sociedad la verdadera importancia o magnitud de su trabajo<sup>113</sup>. Es más, incluso de algunas de sus palabras se deducía el reconocimiento por su parte de la co-dependencia entre la fuente y el medio (así lo deduzco de la palabras pronunciadas ese día por los chefs Ferran Adrià, Juan Mari Arzak, Carme Ruscadella o Ángel León entre otros).

Es cierto que si hay materia informativa hay noticia. Pero para que exista la noticia tienen que existir profesionales capaces de detectarlas. Parece una obviedad pero en nuestro país, salvo la revista especializada en gastronomía, ninguno de los grandes medios de manera tan unísona hasta 2010, hasta esa llamada de atención del diario estadounidense, parecía haberse dado cuenta de la posición aventajada de la alta

<sup>113</sup> El documental fue presentado el 25-05-2015 en la Academia de las Ciencias y las Artes Cinematográficas de Madrid, y contó con la presencia de las autoras del proyecto además de buena parte de los chefs protagonistas (Ferran Adrià, Juan Mari Arzak, Carme Ruscadella, Joan Roca, Ángel León, Dani García, Quique Dacosta y Paco Pérez) y el Presidente de la Real Academia de Gastronomía, Rafael Ansón, además de reconocidos gastroperiodistas como Rosa Rivas, Raquel Castillo, José Carlos Capel, Julia Pérez Lozano o el crítico cinematográfico Pepe Barrena. A la misma fui igualmente convocada por la organización de SancksFilm.

gastronomía española y de las grandes posibilidades de desarrollo o recorrido informativo de la gastronomía en los medios de comunicación, más allá de la noticia amable (ferias, fiestas, congresos, algún encuentro –comida- con algún personaje relevante al que se entrevistaba, etc.), de la receta *fashionable* de los dominicales, o de la alarma alimentaria (intoxicaciones, etc.) con la que nos tenían acostumbrados algunos de estos medios, y muy de vez en cuando; al contrario que las asentadas columnas de opinión -crítica- y en páginas finales o sueltas, propensas al “estilo de vida”. Salvo las excepciones de los críticos y la reproducción de recetas, la repercusión informativo-gastronómica era más bien anecdótica o estacional, y muy ligada a la celebración de congresos o a las menciones sobre las estrellas Michelin -agrupa de manera intencionada en este gordinflón al resto de galardones varios que irrumpen cada año-, en comparación con el resto de contenidos periódicos.

Este boom gastroperiodístico sin embargo no es tan nuevo, a penas lleva cinco años, siendo los tres últimos a contar desde 2010 los que han resultado más fructíferos en cuanto a creación de espacios, sobre todo en televisión e internet, incluso de nuevas publicaciones y sellos editoriales. Ya en la década de los ochenta, se produjo un boom aunque no tan espectacular, y de nuevo se produciría en los años noventa con la publicación de nuevas cabeceras; sin embargo, ninguno de ellos alcanzó las tasas de popularidad de hoy en cuyos datos incide, eso sí es nuevo, el uso de medios sociales. Y esto es motivo de celebración, si bien el fenómeno no se acompaña del auge y buena salud de la profesión que continúa sumida en despidos y recortes.

El desarrollo temático resurgido, y aumentado digitalmente, representa una interesantísima paradoja: la aparentemente menor y maltratada información “gastroculinaria”, salvo ese emporio de la crítica gastronómica, las “recetillas o piezas estéticas de relleno” como he oído decir en alguna ocasión a algún compañero de la prensa hace ya algunos años, invierten la situación y pasan de información secundaria o accesorio, a información protagonista y “gastronómica”, desde su propia revolución y gracias a sus relevantes protagonistas, los cuales no sólo dignifican una profesión antaño desempeñada por personas con poca o ninguna formación, sino que consiguen colocarla en primera posición del ranking gastronómico del panorama internacional.

Para poder llegar a transmitir toda esa revolución culinaria, que para nosotros ha desembocado en especialidad periodística, cuyo corpus teórico debemos completar y al que pretende contribuir la autora de este ambicioso trabajo, se precisan conocimiento teórico general, y el a veces tan manido olfato profesional que nace del binomio conocimiento temático y experiencia. La especialización periodística aspira a dotar a la sociedad de periodistas versados en dos materias, las que atañen al ejercicio de la profesión y las que pasan por ampliar la dimensión de una determinada línea de conocimiento. Veamos ahora esta relación ceñida a la temática aquí protagonista, la gastronomía.

### 1.2.3.1 Gastronomía y especialización periodística

Lo cierto es que resulta sorprendente comprobar como hasta el momento, cuando desde hace más de cuarenta años contamos con medios especializados en esta materia, la gastronomía, ningún texto académico ha sido capaz de dedicar a dicha información como especialidad periodística las páginas de peso que merece<sup>114</sup> en el conjunto de especialidades propias de la profesión; ya sea como especialidad propia dentro del periodismo o como materia de transmisión cultural de manera abierta, sin restricciones o prejuicios dogmáticos<sup>115</sup>. Si salváramos el asunto, los investigadores tendríamos importantes herramientas de trabajo en los que apoyarnos, y, en parte, este trabajo aspira a contribuir para alcanzar este deseo.

La cuestión cultural, aspecto en el que coincide el profesor de esta facultad, Rafael Llano, quien roza la gastronomía en su libro antes mencionado y titulado *La especialización periodística* para situarla en “otras especialidades culturales”, (Llano, 2008: 571-575), se reivindicará más adelante<sup>116</sup>; por el momento, me centraré en la explicación, definición y por tanto acotación de periodismo especializado, materia asentada, la cual es susceptible de ir sumando áreas de conocimiento, o dicho de otro modo, de ir progresando con la sociedad y su desarrollo científico, académico e intelectual, sumando parcelas de conocimiento. Sí contamos, en cambio, con un manual propio para el periodista que desee desarrollar su profesión dentro de un subgénero periodístico de opinión, el denominado crítica gastronómica. Me refiero al volumen firmado por el investigador y periodista Fernando Sánchez Gómez, (Sánchez, 2013), quien con acierto nos deja así el primer texto informativo y práctico colocándolo en nuestro terreno particular contemporáneo.

---

<sup>114</sup> No es que no la incluyan, el propio Rafael Llano, por poner un ejemplo cercano a esta Facultad, en su libro *La especialización periodística* que en este trabajo también se toma como referencia en el terreno profesional periodístico especializado, incluye Gastronomía y Enología, así como Crítica gastronómica entre los apartados que componen este volumen. Y además quedan insertas en “Otras especialidades culturales”, lo que supone un sustancial avance. Sin embargo, reconociendo el valor de la inclusión, su volumen con respecto a otros apartados temáticos resulta insuficiente dada la dimensión actual del fenómeno gastronómico que, en realidad, no viene sino a señalar la importancia y necesidad de estudio sobre la materia.

<sup>115</sup> Sobre todo en su relación con las bellas artes y las expresiones artísticas.

<sup>116</sup> El profesor Llano también incluye la gastronomía en su obra publicada en 2012 por la editorial Fragua, *Revistas culturales y de consumo*. Pero siempre es una mención menor con respecto a sus verdaderas magnitudes, a pesar de que el enfoque en esta obra se entiende desde la perspectiva de importancia de audiencias.

La investigación en el campo de las Ciencias de la Información ha avanzado como nunca en esta era que vivimos, constituyéndose desde el siglo pasado -a partir de la Segunda Guerra Mundial, con el inicio de la Guerra Fría y acompañada del desarrollo científico y tecnológico- en un campo de investigación propio con sus principios metodológicos y su tecnología científica. El mismo está basado en presupuestos epistemológicos respecto de contenidos, estructuras, funciones, finalidades y metodologías. Su objetivo es establecer o determinar el papel que desempeña la información en la sociedad.

La relevancia que han adquirido los medios de comunicación -ese cuarto poder proféticamente detectado por Edmund Burke (1729-1797)- hacen todavía más necesario el análisis sobre sus efectos. Desde su estudio dentro de las ciencias humanísticas como la Filosofía, la Historia, la Ética, la Retórica, etc. considerando a Aristóteles (384-322 a.C.) como uno de los indicadores del estudio comunicativo desde el paradigma dialéctico emisor-receptor. Tras la Primera Guerra Mundial se produce una clara decantación hacia la vertiente sociológica y psicológica del hecho informativo analizando sus efectos y consecuencias en los sujetos receptores y en la sociedad en general.

En España, concretamente, las líneas de investigación, siguiendo la argumentación de los profesores Javier Fdez. del Moral y Francisco Esteve, (Fdez. del Moral y Esteve, 1993:54-55), han evolucionado desde: 1) los *estudios de las estructuras organizativas del sistema comunicativo*, (desde el punto de vista jurídico, empresarial o concerniente a la estructura del poder y concentración de los principales grupos de prensa; 2) los *estudios de marketing comunicación y de audiencia*, que tradicionalmente han atendido más a los intereses de inversores publicitarios; 3) y otra línea de investigación centrada en el *estudio sobre políticas de comunicación*, ubicado en la transición española, donde desde la política avanza en torno a la privatización de la televisión y a los modelos comunicativos autonómicos. Con la apertura política del país, se intensifican los estudios teóricos sobre las Ciencias de la Información desde distintas perspectivas como la sociológica, la semiótica, la filosófica y epistemológica, para llegar al estudio de los efectos de las nuevas tecnologías de la información en la actualidad. (Fdez. del Moral y Esteve 1993: 51).



Es en este terreno de la investigación donde la especialización periodística representa una herramienta de trabajo relevante para analizar los contenidos informativos y por cuantas conexiones con otras disciplinas con distinta finalidad de las Ciencias de la Información representa; la propia especialización periodística constituye una parcela de las mismas, como lo son de manera independiente y con características propias la comunicación audiovisual o la publicidad.

Tenemos que remontarnos a 1993 cuando el catedrático de periodismo especializado, Javier Fernández del Moral, junto al también catedrático de la misma especialidad, Javier Esteve Ramírez, nos proponen la siguiente definición sobre periodismo especializado, definición que es la que aquí se toma en consideración.

“Entendemos por Información Periodística Especializada aquella estructura informativa que penetra y analiza la realidad de una determinada área de la actualidad a través de las distintas especialidades del saber; profundiza en sus motivaciones; la coloca en un contexto amplio, que ofrezca una visión global al destinatario, y elabora un mensaje periodístico que acomode el código al nivel propio de la audiencia, atendiendo a sus intereses y necesidades”. (Fdez. del Moral y Esteve Ramirez 1993:100).

En esta definición vemos como es la profundidad y alcance del trabajo periodístico propuesto desde la perspectiva de la especialización, su objetivo principal junto con su adecuada transmisión a los diferentes públicos (es aquello que explica, aclara y hace accesible lo técnico o propio de un determinado saber a un sector de la población con distintos niveles de comprensión).

Debemos distinguir sin embargo entre información especializada e información periodística especializada. La primera hace referencia a la información o comunicación entre especialistas, y por tanto no precisa decodificación o adaptación de los mensajes pues ocurre o discurre entre colegas. En cambio, es cuando el mensaje está dirigido a un público “generalista”, cuando el periodista especializado convierte esa “información especializada” en “información periodística especializada”, (Camacho 2009:13).

Por código hemos de entender la traducción, interpretación y adecuación pertinente del lenguaje técnico y/o científico de la temática informativa. El principal objeto de este periodismo es la elaboración de mensajes especializados accesibles al conjunto de

la población. Es decir, trasvasar el mensaje de los expertos a un público no experto. Aplicando este principio de adaptación informativa estaríamos contribuyendo a la mejor, más fácil y rápida comprensión de cualquier fenómeno digno de ser trasladado a la sociedad.

Los intereses y necesidades nos sitúan en el plano de la audiencia. En este sentido, la coherencia informativa va a ser uno de los ejes principales que sostienen este capítulo sobre la necesidad de acceso a la especialización de la información periodística. Por eso, si antes mencionaba el desarrollo de las sociedades, y la consecuente ampliación de conocimiento, resulta evidente la necesidad de transmisión y divulgación de avances, estudios y cualquier actividad científica e intelectual de la sociedad de la información en la que estamos inmersos, pues con seguridad, en mayor o menor medida va a influir en el devenir y comprensión de la misma. La necesidad de comunicación eficaz, de gestión del conocimiento, nace “de una nueva disciplina insertada en un corpus científico de las Ciencias de la Información, que no existía en las antiguas escuelas profesionales de periodismo [...]”, (Fdez. del Moral, 2004:19) capaz de traducir a la sociedad “la especialización del conocimiento”, (Fdez. del Moral, 2004:18). Ésta es la aportación del periodismo especializado al resto de conocimientos; a través de la actualidad, la periodicidad, la universalidad y la difusión, el mensaje periodístico especializado consigue alcanzar a la sociedad con informaciones concretas y sintetizadas.

Ese mensaje especializado, elaborado a partir del concepto de información periodística especializada, se hace posible bajo el paraguas de la Teoría General de Sistemas -metodología interdisciplinar creada por Ludwing van Bertalanffy (1901-1972)-, de la cual parte para proporcionarnos el modelo sistémico del periodismo especializado propuesto por el profesor Javier Fernández del Moral<sup>117</sup>. A partir del reconocimiento de que la realidad es cada día más compleja, dado que los avances científicos y la ampliación del conocimiento conducen a la especialización, y por tanto, favorecen la parcelación de esas disciplinas o saberes, ese tratamiento sistémico, como modelo de visión general y de marcos de referencia globales (Fdez. del Moral, 2004:25) se convierte en un instrumento

---

<sup>117</sup> Señalada por Javier Fernández del Moral (*Modelos de comunicación científica para una información periodística especializada*, Editorial Dossat, 1983) se reproduce en sus aportaciones posteriores.

eficaz para “hacer llegar ese conocimiento especializado hasta el conjunto de la sociedad a través del fenómeno informativo-periodístico”, (Fdez. del Moral, 2004:25).

En ese papel informativo-periodístico hallamos el rol divulgativo que recae sobre la prensa, sobre los medios de comunicación. Divulgación que pasa necesariamente por la contextualización e influencias (cuando no dependencias) de los acontecimientos, de tal modo que el periodista tiene la misión de ofrecer una visión generalista al público sobre aquello que resulta de interés. Su trabajo debe contemplar inexcusablemente cuando así se produzcan, las relaciones que pueden establecerse entre distintas áreas de conocimiento, y éstas a su vez, con la cotidianidad de la vida social: “La divulgación entonces deja de ser un instrumento de puro divertimento o de vulgarización, para convertirse en el auténtico instrumento de la síntesis cultural en la sociedad del conocimiento. Desde esa perspectiva, divulgar no consiste en contar historias interesantes, sino en hacer interesantes las auténticas historias” (Fdez. de Moral, 2004:25-26).

En este modelo adaptado a nuestro campo del saber, modelo sistémico del periodismo especializado, cabe ubicar tres grandes subsistemas: 1) el de la especialización del conocimiento científico; 2) el del periodismo con sus procesos, sus medios, su estructura compleja (donde el periodista es el responsable de la puesta en marcha del proceso de comunicación y elaboración de mensajes<sup>118</sup>); y, 3) el de la sociedad a la que se quiere llegar con el mensaje (que tiene en cuenta la recepción del mensaje por parte de cada individuo al que se dirige).

Dentro de los diferentes subsistemas, el periodismo se erige como el instrumento que los relaciona y que “permite además una comunicación en el seno de cada subsistema por separado”, (Losada y Esteve, 2003:28).

“De los tres subsistemas definidos, el primero y el último están delimitados por los ámbitos respectivos de los especialistas por un lado y de los productos de información periodística por otro, quedando el tercero, intermedio, para establecer los mecanismos de

---

<sup>118</sup> De esta idea nace “el periodismo de fuente”, (“El periodismo de fuente en el marco de la especialización periodística”, en “*Periodismo de fuente*”, Angel Losada y Francisco Esteve, editores. Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 2003), donde se sostiene que el periodista se convierte en el origen o fuente de información especializada al desarrollar su trabajo desde organismos o instituciones sobre cuya actividad tiene la tarea de comunicar, sin que por ello se desprenda de la columna vertebral de su profesión: veracidad y rigor.

comunicación, el estudio de los mensajes elaborados y la preparación de los puntos activos en las diferentes interfaces”, (Losada y Esteve, 2003:29).

“Dentro del primer subsistema aparecen tres niveles de especialización, el primero lo constituye el mismo conocimiento científico, en el que coexisten especialistas de todas las procedencias agrupados por macro áreas temáticas, las ciencias sociales, las humanísticas, las de la salud y las científico técnicas experimentales; el segundo cada una de las ciencias conocidas por separado, el derecho, la medicina, la economía, la farmacia, la geología, etc., y el tercer nivel de la especialización lo componen ya cada uno de las especialidades, la física nuclear, el derecho mercantil, la traumatología, etc.”, (Losada y Esteve, 2003:29).

En cuanto al subsistema propio del periodismo compuesto por los medios de comunicación, éste ha de observarse en función de tres niveles diferenciados en función de los diferentes niveles de audiencia a los que se dirigen en los que habrá que contemplar de manera individual el grado de exigencia del tratamiento informativo. Estos tres niveles de especialización –fijados por el catedrático Javier Fernández del Moral- son: 1) un primer nivel compuesto por las informaciones especializadas dirigidas a un público más amplio y que tienen mayor exigencia de actualidad, secciones de periódicos de información general, bloques de informativos diarios de radio o televisión, apartados o ventanas de medios electrónicos o páginas de Internet generalista de gran audiencia; 2) segundo nivel compuesto de temáticas especializadas reunidas físicamente para que el lector, espectador u oyente las encuentre e identifique de manera unívoca (suplementos y “especiales” ubicados dentro de un programa o espacio más general, etc.); y, 3) un tercer nivel donde los medios son ya monográficos especializados que el destinatario tiene que seleccionar, elegir, comprar, grabar, o sintonizar, así como los canales temáticos o las publicaciones especializadas por el contenido de cualquier periodicidad. En este último situamos la revista especializada en gastronomía.

### **1.2.3.2 Características generales del periodismo especializado en gastronomía**

Hoy, observamos con preocupación el riesgo de caer presa del ritmo acelerado impuesto por la sociedad de consumo; observamos el mundo bajo fórmulas propuestas por los medios de comunicación sin a penas cuestionarnos, como usuarios finales, el modo en que se nos ofrece ese contenido, ni el número y tipología o clase de fuentes empleadas en su elaboración<sup>119</sup>; prescindimos con frecuencia del esfuerzo que supone reflexionar sobre lo visto, escuchado o leído; porque todo es inmediato y porque resulta más fácil suscribir o rechazar propuestas, incluso lanzar nuevas, sin la necesaria investigación e ineludible argumentación con la que sustentar opiniones; por no señalar el secuestro y utilización partidaria del esfuerzo intelectual ajeno por parte de seres sin ética moral. Por este motivo, hoy más que nunca, es necesario aminorar ese ritmo inmediato al que nos somete la sociedad, en el que incluimos los medios, para poder ser capaces de esclarecer qué hay de cierto en aquello que nos están comunicando y que estamos obligados a creer.

Esta relativamente joven especialización corre el riesgo de verse devorada, sustituida, por productos superficiales carentes de análisis o reflexión, debido a la ingente cantidad de información, espacios y programas (importados y nacionales) que nos rodean, los cuales por si solos no “resuelven la gran incógnita de hacer más eficaz y universal el derecho a la información veraz del ciudadano”<sup>120</sup>, más aún cuando explotan por encima de otras una sola dimensión: la del entretenimiento, a la que auguro monopolio mediático si no contrarrestamos su acción.

---

<sup>119</sup> A este respecto remito al lector, aunque hay más ejemplos, al trabajo del profesor Javier Mayoral: *El uso periodístico de las fuentes en radio y televisión*, editado por la Universidad Camilo José Cela de Madrid, en su serie Comunicación (2009) y coordinado por Juan Manuel Romero. En el mismo, del apartado de conclusiones que ofrece, se extrae que de la investigación sobre 270 informativos en televisión y 300 en radio (11.483 y 9.774 minutos, respectivamente), se registró el uso de 5.5993 fuentes en televisión y de 4.845 fuentes en radio. La proporción resultante de estas fuentes por pieza determina que ambos medios emplean 0,71 fuentes. O si se prefiere, la televisión emplea 0,48 fuentes por minuto y la radio 0,49. En este trabajo se profundiza igualmente en la procedencia de las fuentes, de cuyas conclusiones salta la alarma del empleo de material elaborado o procedente de ruedas de prensa, gabinetes de comunicación o relaciones públicas, así como la inserción -como identificación de la fuente- de logotipos de estas empresas.

<sup>120</sup> “La medida de la calidad periodística en la acción responsable del profesional de la información”, Javier Fdez. Del Moral. En *Teoría y Práctica del Periodismo Especializado*. Esteve Ramírez, Francisco y Moncholi, Miguel Ángel (2007). Madrid, Fragua, p. 13.

Para alcanzar ese objetivo de transmisión eficaz, de diversificación de enfoques y propuestas dentro de la propia temática y de divulgación se requiere la interpretación y buen hacer del profesional de la información. También se precisa la demanda o el interés de los medios por este tipo de perfil profesional, es decir, de su reconocimiento e incorporación como colaborador habitual -fórmula actual-, o como parte de redacciones y plantillas.

Todo lo anterior conforma nuestro principal valor, y si sobrevivimos a estos tiempos convulsos de espectacularización y consumo inmediato, abogando o apoyándonos en esta premisa de manera colectiva y no de forma tan individualizada como estamos acostumbrados a trabajar en esta dispersa profesión, nuestro periodismo tendrá futuro.

Ahora más que nunca se debe poner el acento en la figura del periodista, del profesional de la información responsable de su transmisión, porque este es el camino con el que poder aproximarnos al máximo a la realidad social dado que la calidad, la abundancia y complejidad de flujos informativos que recibimos de forma permanente, puede producir importantes deformaciones de la realidad.

El periodismo gastronómico no está al margen de tales peligros, y al mismo deben exigírsele unas características mínimas y generales que debe cumplir.

A este respecto quisiera incluir, en primer lugar, la percepción de objetividad posible en el ejercicio de la profesión, también en el ejercicio del periodismo gastronómico; una objetividad alcanzable al margen de ideologías, preferencias, fobias y pasiones, en esa búsqueda de la realidad que se exige a la profesión. José Luis Dader, catedrático de periodismo en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, menciona esta cuestión en su artículo *Del periodista pasible, la obviedad informativa y otras confusiones en el Estanco de Noticias*, (Dader, 2007:31-53)<sup>121</sup>, situándola en su especialidad -Comunicación Política y Periodismo-, cuestión por otro lado extensible a cuantas variedades temáticas queramos, pues tiene que ver con uno de los principios básicos de la profesión. Se trata de un principio habitualmente cuestionado; con frecuencia

---

<sup>121</sup> *Del periodista pasible, la obviedad informativa y otras confusiones en el Estanco de Noticias*, José Luis Dader. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, Universidad Complutense de Madrid, 2007. Vol. 13, pp. 31-53.

escuchamos que la objetividad no es posible, y este hecho ha dado lugar a preferir el termino honestidad, “fundamento mucho más blando e insuficiente para garantizar la exactitud y validez de una información”, (Dader, 2007:37-38). Como periodistas especializados en gastronomía, proclives en ocasiones a compartir mesas y aceptar productos y participar en catas, debemos reivindicar este principio dado que sin la objetividad “el periodismo queda condenado a la confusión con la ficción y las diversas formas de relato subjetivo [...]”, (Dader, 2007:37), cuando no en textos complacientes obligados por la invitación.

Hoy en día, cuando se están registrando nuevas posibilidades de desarrollo para la profesión, la misma se ve amenazada por la falta de proyectos con la rentabilidad suficiente para sobrevivir, atendiendo a esa deseada independencia de poderes económicos o comerciales, exógenos a la esencia de la profesión; el ocio y el entretenimiento están sustituyendo con frialdad parrillas y horarios ventajosos que en lugar de ser aprovechados para la divulgación, la educación y la información de calidad, son explotados para producir fórmulas patrocinadas y rentables pero de cuestionable calidad; las audiencias y el empeño mediático sobre la transmisión ideológica -las tradicionales funciones de refuerzo y entretenimiento-; incluso el espectacular auge del infoentretenimiento, la mega tendencia más acusada del periodismo actual (Berrocal, Redondo y Campos, 2012:63), en el que la manipulación de las informaciones, la banalización de los hechos y los cambios en el lenguaje, suponen una patología periodística, (desproporciones) con la que se construyen a día de hoy las informaciones, (Esteve y Moncholi, 2007:15). La abundancia de infoentretenimiento, con sus características -amarillismo, frivolidad, chismorreo, vedetismo, escándalo, conflicto, drama-, (Gayá, 2013:11-31), está anulando la función del periodismo y sus profesionales, cuyo trabajo hace que el lector pueda entender el mundo en el que vive. Sin embargo, los valores del infoentretenimiento, que no distingue espacios ni géneros, coartan el modelo de función social y educación de los medios.

El periodismo especializado en gastronomía, es un área tan concreta en su sentido general como variada en cuanto a posibilidades informativas. En el mismo es posible informar con objetividad, y este rasgo exclusivamente periodístico va a ser determinante en el reconocimiento y distancia entre el trabajo profesional y el trabajo aficionado. De que el trabajo profesional destaque por encima de aquellos otros que contienen por igual críticas



sin argumentación reflexiva, o admiraciones y euforias sin ton ni son. No es precisamente nuestra especialidad la que está exenta de culpabilidad en este terreno, cuando de muchos de los textos publicados a penas se desprenden reflexiones críticas y sí admiración, de ahí la necesidad de investigación que arroje luz sobre el periodismo gastronómico divulgado en nuestro país desde una perspectiva científica, desde el análisis, como se hace en el presente trabajo.

Si la objetividad es un requisito imprescindible, cabe señalar en segundo lugar que el periodismo especializado en gastronomía no está exento de la práctica de los elementos del periodismo señalados por Bill Kovach y Tom Rosenstiel, quienes destacaron por encima de todo que el periodismo es sobre todo “la disciplina de la verificación”, (Kovach y Rosenstiel 2003:18). Por tanto, rigor o precisión son cualidades igualmente exigibles.

En cuanto a la materia informativa en sí, el periodismo gastronómico cubre o tiene como protagonista la información en torno a alimentos y bebidas (ya sean de base científica, la originada por la actividad profesional propia de la elaboración de productos, de base culinaria o la procedente de sus relaciones, conexiones e impactos en sociedad). Su legislación o normativa así como sus protagonistas (cocineros, productores o generadores de valor en otro campos cuya aplicación sea gastronómica-alimentaria) son áreas de interés manifiesta: no sólo la comida y su placentera deglución son gastronomía. Partimos pues de una concepción amplia del término que se analiza en el Capítulo 2 del presente trabajo.

Desde mi punto de vista, la gastronomía comienza con una toma de conciencia sobre la importancia del alimento y las relaciones que a través del mismo se establecen con cualesquiera del resto de actividades humanas; a través de su toma en consideración, y la observación de sus conexiones transversales y multidisciplinarias con otras ciencias, incluso artes, es posible proporcionar profundidad y calidad a las informaciones que pueden presentarse ante el ciudadano a partir de los géneros periodísticos.

También pueden ser protagonistas de la información gastronómica el público aficionado, el profesional de un determinado campo -catadores, degustadores, investigadores, productores, enólogos, etc.-, o el mismo consumidor a pie de calle-; fenómenos como el *street food* o comida callejera, festivales de cine, fiestas patronales,



congresos, festivales gastronómicos o enológicos, etc., se convierten igualmente en protagonistas. También lo son las instituciones y organismos (públicos y/o privados) cuyas conexiones con la alimentación y la bebida son manifiestas (sanidad, agricultura, pesca, ganadería, turismo, etc.), también con la cultura (exposiciones, festivales de cine, lanzamientos editoriales...). Restaurantes y establecimientos y la conexión con el turismo a través de la gastronomía generan igualmente todo tipo de material útil y de aplicación al periodismo gastronómico donde la crítica de restaurantes es, para muchos, un género estrella.

Todo ello, además, puede ser elaborado a partir de la construcción de textos en función de géneros periodísticos, la consulta y selección de distintas fuentes, y mediante diferentes estilos narrativos (informativo, interpretativo, opinativo o editorializante y el descrito como ameno en el que cabe el entretenimiento y otros productos culturales no informativos)<sup>122</sup>.

Como resume la profesora Casals, “la teoría de los géneros delimita y muestra el trabajo del periodista y es una exposición pública de sus reglas de juego [...] el summum del buen hacer periodístico”, (Casals, 2005: 433). Por tanto, base de la profesión.

Vayamos pues con la construcción del mensaje. El periodismo emplea esas diferentes formas de expresión para comunicarse con la sociedad. Dichos mensajes son los que exclusivamente se difunden a través de los medios de comunicación. En este sentido el post, texto propio del ámbito digital generado en Internet a través del espacio -profesional o amateur- llamado blog, se halla en un terreno intermedio, y parece que inclasificable dentro del terreno periodístico, estrictamente reconocido. Su calidad sin duda depende del estilo y habilidad del autor, y puede ser más o menos periodístico, aunque casi siempre se inmiscuye la primera persona en la narración, lo que le aleja de la mayoría de los géneros.

El periodismo gastronómico, como no puede ser de otro modo, utiliza todos esos géneros periodísticos -escritos, visuales y mixtos- y añade el género propio que concierne a la opinión, es decir, la crítica gastronómica.

---

<sup>122</sup> Casals Carro, María Jesús, (2005). Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística. Madrid, Editorial Fragua, p. 377.

Estos géneros periodísticos han sido agrupados en tres apartados característicos y aplicables, como no puede ser de otra manera, a esta especialidad. Como resultará obvio, el tema de los géneros periodísticos, lo abordan infinidad de autores en base a la clasificación anterior. Pero lo primero que deberíamos tener claro son las posibilidades discursivas. Como señala la profesora Casals (Casals 2005:430), el profesor Martínez Albertos fue el que desarrolló la teoría normativa de los géneros periodísticos “que más ha ayudado a entender la clasificación de mensajes”, dividiéndolos en función de su acción comunicativa: narrativa (relato de hechos de actualidad y asuntos seleccionados de la realidad) y opinión (explicación o juicio de hechos de actualidad y asuntos de la realidad social). A partir de aquí vemos “[...] el alcance del periodismo. De tal modo que podemos decir que la retórica periodística es el resultado de una adaptación textual a esa macroestructura descrita y según una lógica encauzada por dos ejes: tiempo y espacio. De esta adaptación surgen los diferentes géneros periodísticos que ordenan el modo de transmitir distintos aspectos de la realidad seleccionada a los destinatarios o receptores”, (Casals, 2005:431). Sobre la relación del relato con el tiempo y el espacio, la misma “es proporcional al grado de actualidad de los hechos y asuntos que trate”, (Casals, 2005:431).

Teniendo esto presente, sirve aquí como primera clasificación o punto de partida, el de los catedráticos de Periodismo, José Ignacio Armentia Vizuite y José María Caminos Marcet, que en su descripción (Armentia y Caminos, 2009: 82-84), incluyen esa finalidad de escritura del mensaje que considero, siguiendo a los referentes con autoridad académica que así lo han constatado, algo crucial. Estos dos autores anteriores resumen de manera sintética los géneros en:

- 1) Géneros con intencionalidad informativa: información o noticia.
- 2) Géneros con intencionalidad explicativa e interpretativa: informe periodístico; reportajes descriptivo y analítico e interpretativo; la crónica; la entrevista de personaje (o de personalidad); la entrevista temática o de actualidad que busca la opinión del entrevistado.

3) Géneros con intencionalidad opinativa: el editorial, la columna, la crítica – para nosotros crítica gastronómica-, el artículo de opinión, y, cuando la hay, la carta del director dirigida a la audiencia.

La profesora María Jesús Casals ofrece en este punto una descripción mucho más detallada de los géneros, profundizando particularmente en cada uno de ellos, donde el tipo de narración periodística queda circunscrita y no pierde de vista la esencia de la profesión: explicar y mostrar (Casals 2005:429-542). Es este trabajo una herramienta también para el profesional de la información gastronómica. Los géneros periodísticos “son estructuras comunicativas” que “definen el ejercicio profesional de los periodistas”, y son un modo de “actuar con eficacia y ética”, no son sin embargo, “moldes cerrados” y “en cada uno de ellos existe una capacidad expresiva sólo limitada por el binomio de factores tiempo y espacio y por algunas normas de las empresas informativas”. (Casals 2005:433). No todo vale en periodismo y los géneros son la manera de comunicar al lector que está ante un trabajo profesional, conforme a unas reglas de composición que, sin embargo, admiten una división más amplia o pormenorizada donde también es posible la libertad creativa. Es el caso de la división que ofrece Casals, en el que se muestran los géneros, mediante esquemas o cuadros gráficos, circunscribiéndolos a la correspondencia entre la función de los medios (actuación), el tratamiento lingüístico de los mensajes (estilo) y su tratamiento discursivo (es decir, el propio género periodístico), (Casals 2005:434).

También aborda o incluye un apartado específico para hablar del periodismo digital que “sigue siendo periodismo”, y que, como señala esta autora cuya opinión comparto, sólo precisa de “la confección de unos textos específicos para su visión y lectura en la pantalla del ordenador”, (Casals 2005:435). Por lo demás, los géneros son de idéntica aplicación en el terreno digital.

En cuanto a los géneros visuales estáticos, estos estarían conformados por la fotografía, en la que en relación con la gastronomía se profundiza más adelante, los retratos y las caricaturas; las ilustraciones de dibujantes entrarían dentro de la opinión gráfica (veremos más adelante, cuando se aborde la revista decana de gastronomía, *Club de Gourmets*, como la viñeta gastronómica es posible).

Los géneros considerados mixtos, que combinan texto e imagen como la infografía o la fotonoticia, también pueden ser utilizados para divulgar información gastronómica.

Una de las modalidades con más éxito en la actualidad es el periodismo de datos; como cualquier especialidad, la alimentación puede servirse del mismo para ofrecer contenidos interesantes a la audiencia correlacionando y/o recopilando datos relevantes o significativos.



Imagen Juan Ramos Gonzalez (Tres razones). <http://www.tresrazones.com/2009/02/fusion-madrid/>

Finalmente, no reviste mayor explicación el hecho de que el periodismo gastronómico se sirve de cualquier medio de difusión para dar a conocer los contenidos elaborados (radio, prensa, televisión, nuevos medios digitales y ediciones de las ya asentadas y tradiciones cabeceras periódicas).

Genera asimismo suplementos y secciones temporales -ligadas a festividades y vacaciones-. Y da lugar a publicaciones especializadas, como la guía gastronómica -más comercial- y la revista especializada en gastronomía.

Afortunadamente, la dimensión científica del periodismo cuenta con las herramientas para poder trocear y analizar el reflejo real de todo lo anterior publicado en los medios de comunicación, lo que sin duda pasa por el análisis de contenido, del mensaje, al que se añade la fórmula de investigación y análisis del periodismo de precisión. El principal escollo es la implicación y necesidad de tiempo de expertos investigadores. Y esta es una tarea pendiente en este campo del periodismo especializado cuyo testigo deberemos recoger de cara al futuro al objeto de ampliar y profundizar en la eficacia, calidad e intereses del llamado periodismo gastronómico.

Personalmente creo que dos son las áreas periodísticas con más futuro para la especialidad, dentro de los medios generalistas; áreas que podrían relacionarse e instituirse en secciones fijas (quizás complementarias) en relación a la gastronomía, y son: cultura y servicio. La primera, el periodismo cultural en torno a la gastronomía, dada su extensión, lo abordaré en el siguiente capítulo donde se profundiza desde la definición de la gastronomía al concepto de gastrocultura, y la evolución histórica, influencias y relaciones culturales que se pueden establecer en torno a la comida (no es este un terreno reconocido oficialmente en los medios, donde aparecen publicados, de vez en cuando, algunos textos que encajarían en esta apartado, de ahí su necesidad de debate y reflexión, y de ahí su inclusión en este trabajo desde el cual se reivindicará dicha posición). El segundo, ahora sí, es el periodismo de servicio, cuyo origen se encuentra en el *service journalism* estadounidense, que abordaré a continuación por constituir uno de los ámbitos de actuación del periodismo gastronómico.

Señala María Pilar Diezhandino que dentro del mundo periodístico español se utilizan indistintamente las expresiones “periodismo de servicio” y “periodismo de servicios” sin que exista distinción alguna entre ambas, sin embargo, la misma autora señala que las hay o puede haberlas, lo que contribuye a la confusión. “El plural parece implicar un sentido más concreto, material, de uso práctico [...]. El servicio, en singular, tiene un sentido más abstracto, complejo, abarcador. Puede incluir servicios pero no se limita a ellos”, (Diazhandino 1994:76).

Acudo, como hace esta autora, a la etimología del termino “servicio” que asociada a periodismo se entiende como la información que ayuda al lector, que le proporciona datos

útiles. No cabe duda de que cualquier sentido del periodismo pasa por la utilidad de servicio público, como dijo MacDougall, quien añadió además el concepto de “guía para vivir” como finalidad de un periódico (de los medios añadiríamos hoy) que debía ser fuente de información y entretenimiento, (Díazhandino 1994:75-77). “Para unos, el periodismo de servicio es el material útil, práctico, que induce al lector a actuar. Algo inmediato, para aquí y ahora. [...] Es información orientada a la acción, dirigida a los intereses y preocupaciones de la audiencia; que ayuda a llevar una vida mejor”, (Díazhandino 1994:79). Para James Autry, Presidente de la Editorial Meredith, empresa editora de revistas de servicio, este periodismo va más allá de la mera entrega de información, pretende movilizar a su audiencia (Díazhandino 1994:79). La cuestión dentro del terreno particular que aquí interesa es la siguiente: realizar (dar forma, ejercer) un tipo de periodismo que conecte y acerque informaciones pertinentes dentro de un área de especialización a los intereses y preocupaciones de la gente de tal modo que mueva a la acción porque cree actitudes movilizadoras. Dentro de esta movilización se englobarían diferentes enfoques con sus respectivos rangos de importancia ya que no es lo mismo dar cuenta de una intoxicación alimentaria o del pretendido monopolio sobre el acceso al agua potable, por poner ejemplos llamativos, que descubrir el mejor local para degustar comida castiza, auténtica y a buen precio, lo que sin duda hará las delicias de los turistas en la capital.

Para nosotros, periodistas gastronómicos, la definición aportada por Díezhandino, dota de sentido nuestra principal y más tradicional utilidad -la ligada a la divulgación de espacios y cocinas-, ubicando el objeto del trabajo ligado a la especialización:

“El periodismo de servicio es la información que aporta al receptor la posibilidad de efectiva acción y/o reacción. Aquella información, ofrecida oportunamente, que pretende ser del interés personal del lector-oyente-espectador; que no se limita a informar sobre sino para; que se impone la exigencia de ser útil en la vida personal del receptor, psicológica o materialmente, mediata o inmediatamente, cualquiera que sea el grado y el alcance de esa utilidad. La información cuya meta deja de ser ofrecer datos circunscritos al acontecimiento, para ofrecer respuestas y orientación”. (Díezhandino 1994:89).

Dado que la sociedad moderna se basa en dos pilares, la información y el consumo, y que en ambos, el papel de los medios de comunicación tiene mucho que decir, conviene prestar atención a la propuesta anterior en cuanto a una de las vías de supervivencia, de futuro, de esta profesión. Dicha propuesta puede ser ejercida con responsabilidad,



objetividad y rigurosidad dentro del aparentemente menor y a veces exclusivamente comercial campo de la gastronomía y la alimentación, donde confluyen la necesidad, el placer, la seguridad y el consumo. O lo que es lo mismo, donde la información oscila entre: la garantía de poder acceder a la comida; la diversión que proporcionan los alimentos; la salud que afectan o implican; y el dinero que mueven dentro de la sociedad. El periodismo gastronómico es, en muchos de sus aspectos, desde sus inicios, y sobre todo tras la Transición, un periodismo de servicio con “espacios creados *ad hoc* dentro de nuevos suplementos especializados en ocio y consumo” (Sánchez, 2013, Armañanza:29), desde los cuales servían, a un tiempo, para informar al ciudadano y generar ingresos al medio.

El profesor José Manuel Rivas Troitiño sostiene que el gran papel de la prensa, durante los primeros años del nuevo siglo, es el de “informar al ciudadano de sus derechos y de su realidad; formar al lector, oyente o espectador para que sepa cómo ser ciudadano en el consumo y entretenerlo con sugerencias y propuestas para el ocio y mejor vida”, (Rivas 2003:303).

En primer lugar y con respecto a este texto en particular, hago extensible el papel de la prensa al resto de medios de comunicación, de tal modo que esta idea les implique o los contenga. En segundo lugar la doy por válida por cuanto rol a día de hoy y desde la irrupción del nuevo siglo han venido desarrollando estos mismos medios en los que el infoentretenimiento acapara las franjas de máxima audiencia, donde por cierto campan los *talent cook show* o *reality cook show*, (volvemos al infoentretenimiento).

En la sociedad de la información el papel de los medios de comunicación consiste en dar forma a la realidad. En este sentido sus productos informativos comparten una realidad con la audiencia, “que no siempre es coincide con la percibida por la ciudadanía, pero cuando no es así el medio que da esa información desaparece o pierde protagonismo”(Rivas 2003: 302).

Tras el cambio originado por los nuevos modelos de empresa periodística, basados en la financiación privada o ajena al ámbito profesional, y con la irrupción de una nueva tecnología, “las redacciones, como conjunto de periodistas, ya no definen qué es y qué no es noticia, que corresponde a otros poderes e intereses por ser propietarios de medios o porque los controlan, porque consideran la noticia una mercancía y no un producto

cultural, porque optan por lo interesante en vez de lo importante y por lo frívolo en vez de lo trascendente”, (Rivas 2003: 303).

A este fenómeno que influye notablemente en la agenda mediática, la influencia de las redes sociales y la participación ciudadana contribuyen todavía más a que los medios seleccionen los temas en función de los intereses comerciales y de la demanda del público. Sin embargo, a pesar de que esto supone una retroalimentación interesante porque por primera vez el periodista, al publicar su información en un medio digital o red social, observa la evolución de la misma, su rechazo, controversia o aceptación, puede conducir a dejar en manos de una *vox populi* la selección temática, pues su comportamiento y reacción pueden influir en la elaboración de futuras informaciones sin mayor justificación que la búsqueda de impacto.

Pero dejando ese interesante debate de lado, podríamos sostener que los medios, en especial los audiovisuales, “se han convertido en la fábrica de *fast food* cultural [...], tienden a banalizar, espectacularizar, dramatizar frívolamente, a atender a lo interesante en vez de lo importante”, (Rivas 2003: 304). Son estos medios audiovisuales los que más conectan con esa excitación de consumo. Y es en este periodismo donde, siguiendo al profesor Troitiño, los redactores pueden establecer su agenda y devolver al ciudadano su papel protagonista; ofrecerle información útil con la que pueda tomar decisiones adecuadas y fundamentadas: adecuadas a sus necesidades, ofreciéndoles aquellos datos que precisan para su propia consideración.

Este “periodismo de consumo” forma parte de las modalidades del Nuevo Periodismo y se estudia ya en bastantes universidades norteamericanas, indica este mismo autor. Pero para que sea un modelo válido debe poseer independencia de criterio. Este tipo de periodismo data en EEUU de los años sesenta, y “debe facilitar la elección, la capacidad de elegir, la protección de derechos, que son: derecho a la protección de la salud y de la seguridad; derecho a la protección de intereses económicos y sociales; derecho a una información correcta; derecho a la educación y formación; derecho a la representación, consulta y participación; derecho a la protección jurídica, administrativa y técnica en situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión; y derecho a la indemnización o



reparación de daños y perjuicios sufridos. Principios desde los que reclamar y defender”, (Rivas 2003: 307).

El periodismo de servicio, donde se ha venido insertando la información gastronómica en cuanto a su abordaje estrictamente de consumo y ocio<sup>123</sup>, añade utilidad a la tradicional función social y educativa del periodismo; no se limita a informar sobre los acontecimientos sino que añade la ayuda o guía que necesitan los ciudadanos para además de conocer lo relevante aplicar esa información en la práctica diaria. O lo que es lo mismo, esta vía de futuro o supervivencia de la información en los medios, independientemente del género, radica en la adecuación de contenidos a las necesidades del público que en pleno siglo XXI ha hecho suya la teoría de los usos (Díazhandino, 1994:91) al acudir a los medios para satisfacer sus

necesidades. Un terreno en el que la especialización tiene mucho que decir.



Cueva de Lascaux. Paleolítico.

Con el foco de atención puesto en lo anterior, concluyo que el tradicional papel de perro guardián de la prensa (y del resto de medios) no es el único objetivo de la profesión a día de hoy. Debemos cruzar, como insta el profesor Troitiño, la línea de la vigilancia, de la crítica y la denuncia para centrarnos en la formación de las audiencias. Decía algunas páginas atrás que el papel educativo o la formación se ha dejado de lado en los medios de comunicación. Esa faceta tan necesaria, que cuenta en periodismo con los vehículos adecuados para

la transmisión rápida y ágil del conocimiento, (los propios medios y sus características, con sus posibilidades de alcance y diferentes soportes, amplificados todavía más a través de Internet), no haría sino generar beneficios intelectuales y económicos para las partes implicadas (medios y sociedad), y en las mismas, el periodista especializado en gastronomía sería una pieza clave como ente seleccionador de informaciones relevantes para su transmisión.

<sup>123</sup> A pesar de haber existido tentativas con profundidad o amplitud de enfoques -como veremos más adelante- de insertarla dentro de los contenidos de la sección cultural, caso del diario *El País*.

### 1.2.4 Fotografía gastronómica: el gran condimento

La fotografía sin duda ha sido el gran compañero de la prensa desde su invención. El complemento perfecto que amplía y testimonia acontecimientos. En su vinculación con la prensa y con la revista gastronómica especializada, la fotografía tiene distintos usos y uno de los más habituales es el de ofrecer o sintetizar el trabajo específico de los cocineros. En esta especialidad periodística panorámicas, paisajes y retratos suman varios estilos propios en cuanto a la captura de alimentos que ha ido evolucionando. Sin la fotografía gastronómica, cuyo renovación se produce gracias a la irrupción de la *Nouvelle Cuisine* y se reinventa definitivamente con la cocina de vanguardia, habría resultado imposible rematar periódicos y revistas; y habría sido imposible explicar la revolución culinaria del siglo XX y la de sus personajes, que de no ser por las espectaculares imágenes a las que nos tienen acostumbrados y que se han convertido en estilo a imitar –como su cocina- tampoco habrían alcanzado la popularidad.

Siguiendo el mismo esquema o finalidad contextualizadora de la relevancia y trayectoria del periodismo gastronómico español de este primer capítulo, ofrezco un breve recorrido de la evolución y conexión de una de las herramientas imprescindibles de los medios de comunicación impresos y digitales: la imagen fija, la fotografía de alimentos y sus posibilidades.



### 1.2.4.1 Antecedentes vinculados al arte

La idea de plasmar la comida en un soporte estático forma parte de la historia de la humanidad. Desde la primigenia pintura de caverna donde el alimento aparece vivo, capturado en escenas de caza, pasando por el legado de griegos y romanos, disponemos de restos de pinturas, esculturas y vajillas en los que la comida y la alimentación aparecen de un modo u otro, bien como protagonista, bien como actor secundario; también aparece en cuadros y obras de arte, y en documentos fotográficos desde los albores de su invención. A pesar de haber sido atacada con profusión en cuanto a “parricida respecto de la pintura, depredadora respecto de la gente”, la técnica fotográfica, tras su aparición, consiguió, con el apoyo de intelectuales y artistas como Delacroix, pasar de enemigo pictórico y artístico a herramienta para el pintor, y de espejo para el pintor a técnica con mensaje propio según motivo o finalidad (histórico, documental, periodístico o artístico), (Sontag, 2008:115).

La comida a través del arte es el punto de partida desde el cual iniciar este recorrido propuesto que culmina con la denominada fotografía gastronómica, complemento indispensable de los medios de comunicación a día de hoy, donde aparecen



Arte Rupestre. Paleolítico superior.  
Cuevas de Altamira, Santillana del Mar  
(Cantabria), hace 14.000 años.

con frecuencia bajo distintos subgéneros: del origen del *food photography* o fotografía de alimentos -categoría genérica y comercial-, la fotografía ha alumbrado otros estilos como el *food style* -no exento de vertiente comercial, con escenificación propia, cuidada y singularmente romántica-, o el *porn food* con primerísimos primeros planos.

Desde que el hombre tiene conciencia de sí mismo ha plasmado el alimento; de una u otra manera, con una u otra intención, la comida ha formado parte de sus principales preocupaciones.

El primer ejemplo que tenemos de esta conexión se encuentra en las pinturas rupestres en las que la caza y la recolección nos conducen directamente una mezcla de superchería y admiración a un tiempo. Es el caso de las pinturas de la Cueva de Altamira.

La interpretación sobre su significado ha ido evolucionando desde el carácter religioso; la necesidad de expresión prehistórico-artística (ornamentación); o el supuesto control adquirido por el hombre a través de la pintura sobre la imagen dibujada; la relación del ser humano con su entorno, la naturaleza; la vinculación y pertenencia a un grupo; hasta llegar a la reencarnación.

Otro testimonio del arte rupestre deja constancia de la importancia de la miel, alimento consumido por el hombre a partir de finales del Paleolítico o principios del Neolítico.

La comida a través del arte es el punto de partida desde el cual iniciar este recorrido propuesto que culmina con la denominada fotografía gastronómica, complemento indispensable de los medios de comunicación a día de hoy, donde aparecen con frecuencia bajo distintos subgéneros: del origen del *food photography* o fotografía de alimentos -categoría genérica y comercial-, la fotografía ha alumbrado otros estilos como el *food style* -no exento de vertiente comercial, con escenificación propia, cuidada y singularmente romántica-, o el *porn food* con primerísimos primeros planos.

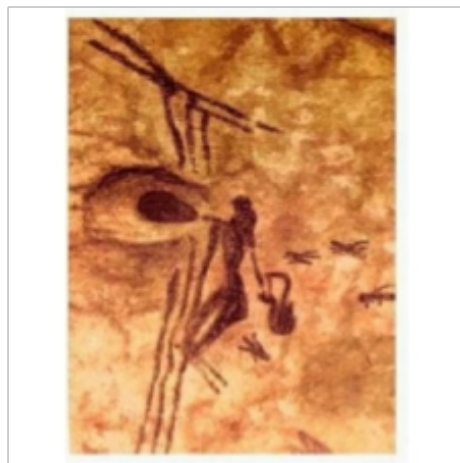
Desde que el hombre tiene conciencia de sí mismo ha plasmado el alimento; de una u otra manera, con una u otra intención, la comida ha formado parte de sus principales preocupaciones.

El primer ejemplo que tenemos de esta conexión se encuentra en las pinturas rupestres en las que la caza y la recolección nos conducen directamente una mezcla de superchería y admiración a un tiempo. Es el caso de las pinturas de la Cueva de Altamira.

La interpretación sobre su significado ha ido evolucionando desde el carácter religioso; la necesidad de expresión prehistórico-artística (ornamentación); o el supuesto control adquirido por el hombre a través de la pintura sobre la imagen dibujada; la relación

del ser humano con su entorno, la naturaleza; la vinculación y pertenencia a un grupo; hasta llegar a la reencarnación.

Otro testimonio del arte rupestre deja constancia de la importancia de la miel, alimento consumido por el hombre a partir de finales del Paleolítico o principios del Neolítico. En Bicorp, provincia de Valencia, se encuentran unas pinturas rupestres de entre 8.000 y 10.000 años de antigüedad. En ellas se puede ver a una persona rodeada de abejas trepando por lianas para llegar a una colmena y recolectar miel silvestre. Queda así documentación sobre la teoría de que la miel ha sido consumida por multitud de civilizaciones a lo largo de la historia; durante mucho tiempo se relacionó este alimento con los Dioses.



Pinturas de Bicorp,  
Valencia.

Siglos más tarde, banquetes y naturalezas muertas de griegos y romanos sirven para demostrar la vinculación del arte con la cotidianidad. El deseo de destacar la importancia de la actividad social en la que la producción y disposición de alimentos,

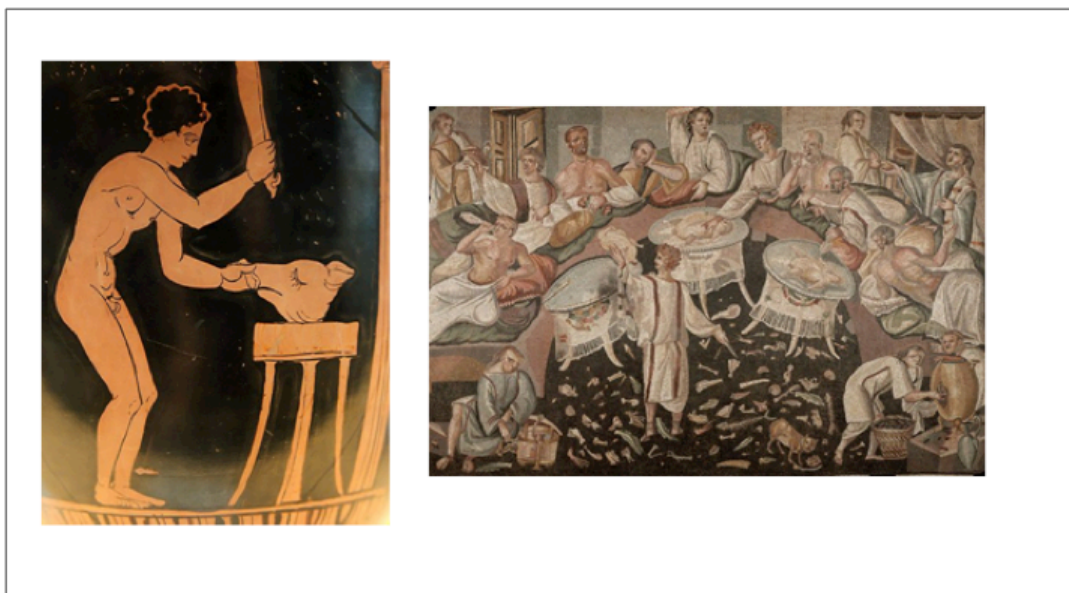


Imagen 1. Detalle cerámica griega. Un joven griego aparece dispuesto para cortar una cabeza de cerdo, probablemente para su consumo.

Imagen 2. Banquete Romano.



su manipulación y su objetivo, el banquete, serán motivos dignos de ser capturados y mostrados.

Estos documentos históricos, artísticos y sociales conducen, en inevitable progresión temporal ligada al conocimiento y la técnica, al resto de artes plásticas posteriores donde la perfección de acabados y el empleo de nuevos soportes transportan hacia las diferentes relaciones de la sociedad con los alimentos.

El trabajo de artistas posteriores ha estado centrado en la pintura de mercados, escenas de caza, ceremonias, reuniones, rituales religiosos, mujeres en la cocina, despensas y escenas bacanales entre otras.



*Oysters* de Osias Beert, 1610.

Muchos de los pintores del XVI, periodo del que datan los característicos retratos con verduras de Guiseppe Arcimboldo (1527-1593), y artistas del XVII, XVIII y XIX, utilizaron a la hora de retratar alimentos, aspectos tan importantes como la luz, la disposición de la comida, la tipología del alimento, su estado natural o elaborado, su belleza

o su estado de corrupción, la inclusión de personas con sus diferentes estatus o muestras de poder; elementos que más tarde también han estado presente en la fotografía de alimentos. Es decir, de la propia evolución del arte se sirve la fotografía para copiar o imitar, en un primer momento, estos modelos.

Tanto desde el arte como desde la fotografía es posible admirar esas obras en las que aparecen los alimentos desde un punto de vista elevado, superior, en el que la comida no es sólo comida, narra las historias de los alimentos y sus gentes.

Cabe señalar con relación al arte pictórico que los fotógrafos gastronómicos contemporáneos han adoptado todos esos elementos a la hora de componer sus imágenes (juegos de luz, composición y alegorías) para definir estilos y narrar historias con sus cámaras.

Desde su invención, la fotografía compila, como hizo el arte, fragmentos de vida; es una fuente inagotable de información sobre distintas épocas cuyo potencial fue aprovechado por los medios de comunicación, al que añadió valor informativo ofreciendo imágenes de todo tipo de acontecimientos tales como desastres, hechos históricos, repercusiones de políticas y guerras, entre otros.



### **1.2.4.2 De las ilustraciones y el arte a la imagen fotográfica en blanco y negro**

Las primeras ilustraciones de difusión de noticias se comenzaron a desarrollar en España a mediados del siglo XVII con los llamados “avisos”. Eran estampas y grabados que estimulaban la compra y que daban a conocer manifestaciones artísticas de las que antes no se tenía conocimiento. A finales del siglo XVIII aparece la litografía, proceso de impresión que se había desarrollado en 1798 por Aloysius Senefelder (Rodríguez y Gómez, 2003:25), que permitió la reproducción de dibujos, obras de arte e ilustración de libros, para más tarde llegar a asentarse en la revista (Rodríguez y Gómez, 2003:25) ilustrada.

No es hasta 1823 cuando se puede hablar de la llegada de la imagen fotográfica a la prensa. El *New York Mirror*, (Rodríguez y Gómez, 2003:25), será una de las publicaciones pioneras en la apertura del periodismo ilustrado, en su paso hacia la modernización a través del empleo de la nueva técnica fotográfica.

En el caso de España la inclusión de imágenes no se empezará a gestar hasta unos años más tarde con el nacimiento de la revista ilustrada a mediados del XIX. Una de estas primeras revistas de las que se tiene constancia fue *Cartas Españolas* que se editó entre el 26 de mayo de 1831 y el 29 de marzo de 1832, (Rodríguez y Gómez, 2003:26). Algunos años más tarde, la revista semanal *Artista* de enero de 1835 incorpora litografías de escenas, generalmente costumbristas en concordancia con la tendencia literaria del momento. A ambas seguirán otras publicaciones hasta que a finales del XIX la presencia de mensajes iconográficos se sustituya por la imagen fotográfica. Surgen además revistas especializadas -*La Revista Fotografía* (1881-1884), *La Fotografía* (1886), *Novedades Fotográficas* (1891), *La Fotografía Práctica* (1894-1906)-, (Rodríguez y Gómez, 2003:29).

Además de la labor iconográfica de la prensa decimonónica que sirve como antecedente, la imagen fotográfica se convierte en un testimonio gráfico documental que en España se usa con fines policiales (búsqueda de criminales y bandoleros). La fotografía documental y los primeros reportajes de guerra que debuta con la *Guerra de Crimea* (1853-1856) dan paso al reporterismo social, no exento de polémica. Será con la *Commune de París* como protagonista, “aunque se trata -como han demostrado investigadores- de grabados a partir de fotografías, no son por tanto captados en vivo. Además, sabemos que

se producen muchos fotomontajes que falsifican la realidad, en particular a partir de las imágenes del fotógrafo oficial Adolphe Thieres, Eugène Appert. Estos ‘crímenes de la Commune’ se vendieron con gran éxito como documentos auténticos”, (Amar, 2000:29-30).

Es el empleo de la fotografía para ilustrar y ampliar la información sobre estos acontecimientos bélicos junto a la fotografía de viajes, los que suponen un salto evolutivo: acercan la realidad, refuerzan la veracidad de lo narrado y estimulan visualmente con lo que aparece o cobra mayor relevancia, si se prefiere, la estética de la imagen para “vender”.

La revista *Blanco y Negro*, con su nueva concepción de revista ilustrada, revolucionará la prensa nacional publicando fotografías a partir de 1892; pero será el histórico periódico *ABC* el que conseguirá llevar la fotografía a las rotativas de los diarios en los primeros años del siglo XX, (Rodriguez y Gomez, 2003:39-41).

El valor testimonial de la fotografía pronto se convierte en el elemento imprescindible de la prensa. La imagen se incorporará introduciendo un nuevo sistema comunicativo que complementa informaciones. A pesar de que la cámara fotográfica tiende a convertir las personas en objetos, la fotografía extiende y multiplica la imagen humana hasta proporciones de artículos de producción en masa (Mcluhan 2009: 223-224); un fenómeno similar al que provocó la invención de la imprenta sin la que no hubiera sido posible el desarrollo de la fotografía.

El crítico, historiador y fotógrafo, Max Kozloff, citado por Jeffrey, sostiene que la mayoría de los historiadores tienden a considerar las fotografías como documentos secundarios, pero son los historiadores fotográficos los que consideran la fotografía el archivo principal (Jeffrey 2009:7), del que puede extraerse todo tipo de información con respecto a otras culturas y otras épocas. Esos “objetos” referidos a personas tienen mucho que contar. Son los hechos visuales de la imagen fotográfica la que nos remiten a la realidad de la época que muestran; pero es en la composición y en el encuadre donde se encuentra la verdadera narración. Se convierten así en documentos de historia gracias al avance tecnológico; “si el telégrafo dejó cualquier forma literaria reducida a titulares, la fotografía proporcionó al hombre la manera de generar informes sin sintaxis”, (Marshall, 2009:224); a partir de la irrupción fotográfica, las imágenes que se reproducirán masivamente podrán

explicar muchas cosas, pero nunca la totalidad del mensaje pues el apoyo textual, el contexto e implicaciones que rodean cada una de las imágenes es imprescindible para ampliar la realidad que ilustran.

Esta característica documental es significativa porque las primeras imágenes que tomaré como referencia para señalar la presencia de los alimentos oscilarán desde el alimento como elemento ocasional, hasta el testimonio de su repercusión en la vida ordinaria de los personajes retratados durante los primeros años de práctica fotográfica.

Desde entonces o a día de hoy, no observamos el fenómeno de la alimentación únicamente desde el óleo, desde lienzos o dibujos e ilustraciones, sino que la misma imagen fotográfica de alimentos comienza a aparecer a principios del siglo XIX.

Así lo da por sentado el diario estadounidense *The New York Times*. Según este diario<sup>124</sup>, la primera fotografía en la que aparecen los alimentos fue creada por Joseph Nicéphore Niépce en 1832. Se trata de una imagen en blanco y negro de un plato con pan, cubiertos y una botella de vino que para nosotros va ejemplarizar el nuevo modelo de imágenes de alimentos y comida listas para ser consumidas, el bodegón o naturaleza muerta, (Armendariz, 2013), que enlaza directamente con el arte y que, como veremos, con tanta frecuencia aparecía en la revista gastronómica de los años setenta.

De este modo Niépce decide immortalizar algo vulgar en apariencia, regresamos a lo cotidiano. Esta imagen titulada *Mesa servida* data según el diario estadounidense de 1832, y de entre 1823 y 1825 según el nieto del autor, Eugène Niépce.

La imagen permanece en el museo que Francia dedica al artista y muestra algo tan frágil, menor o sencillo, como es una mesa con mantel donde un plato, una copa, cubiertos, una botella de vino y un pedazo de pan posan plácidamente.

Ésta es la primera fotografía de la historia que registra no sólo el sustento necesario del ser humano, sino su puesta en escena, lo cual conlleva analizar no sólo los elementos dispuestos sobre la mesa sino la relación entre los mismos, su tipología, usos y

---

<sup>124</sup> Blog El Glotón. Post “De la comida, fotografía e historia”. Disponible en: <http://goo.gl/3EDgPh>. Consulta 07-06-2015.

contexto social, con lo que la imagen no sería mero punto de encuentro de elementos en tiempo y lugar, sino un documento histórico capaz de hablar por sí mismo.



Mesa servida. Nicéphore Niépce, s. XIX.

El bodegón original de Niépce, que posiblemente debe su existencia al experimento más que a la intención sobre el motivo, marca el origen de la fotografía gastronómica sin aún sospechar que habría tal modalidad.

La fotografía callejera, tan habitual a finales del siglo XIX y principios del XX, en las que la alimentación aparece en un estado natural o cercano, integrado en la vida de los personajes retratados, tendrá por finalidad testimoniar un tiempo y sus gentes.

Al igual que sucede con los grandes maestros de la pintura, estas primeras imágenes de finales del XIX y principios del XX sirven para dejar constancia de la comida de su tiempo, son testimoniales.

Las imágenes de Eugène Atget (1857-1927), fotógrafo que además representa un nexo de unión entre las artes tradicionales y el nuevo arte fotográfico todavía en ciernes son un buen ejemplo de la utilidad fotográfica del periodo.

Atget, que quería ser actor y consideró dedicarse a la pintura, optó finalmente por la fotografía a la que reconoció el valor o la utilidad para los pintores. Especializado en las calles de París, llamó a sus fotografías “*documents pour artistes*”. Sus personajes fueron afiladores, cantantes, vendedores y repartidores de todo tipo. En sus imágenes en la que

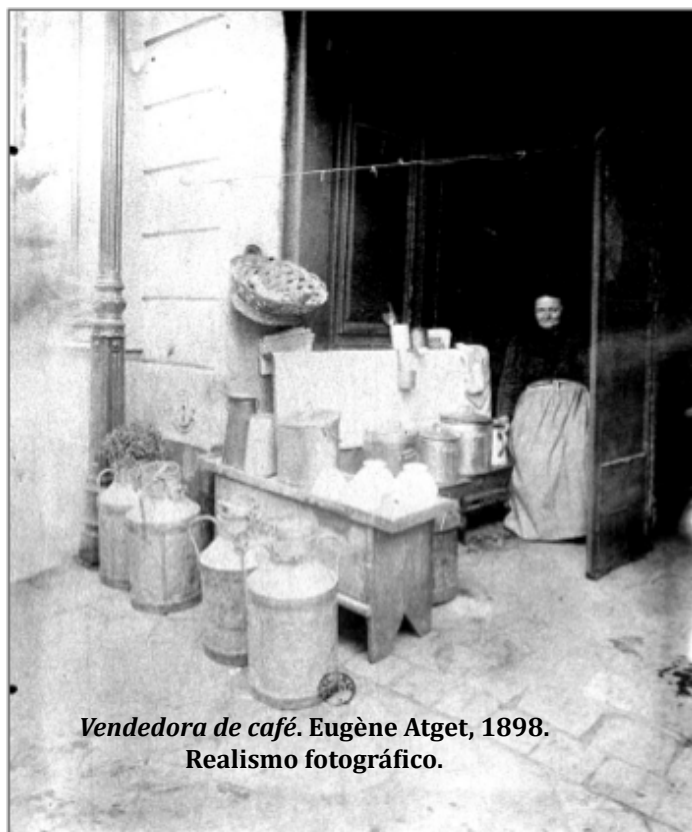


aparecen tiendas y viviendas se observa el umbral como el paso intermedio entre dos mundos; la misteriosa oscuridad y la luminosidad se fusionan para delimitar la calle.

Y en esas calles encontró vendedores de alimentos -hoy podríamos incluso advertir el fenómeno del *street food* en los mismos si no fuera por el marcado peso de la necesidad de la época- y puestos de comida.

En la “Vendedora de café con leche. Rue Mouffetard” encontramos todo un documento sobre supervivencia y consumo. Los vendedores de café del periodo establecían acuerdos con los conserjes para instalar tenderetes en las entradas de las viviendas. Vendían café (*le petit noir*), pan y leche a los clientes madrugadores, y a la hora del almuerzo vendían sopa. En la imagen se puede adivinar también el diario *Le Petit Parisien* (Jeffrey 2009:30-31).





**Vendedora de café. Eugène Atget, 1898.  
Realismo fotográfico.**

A finales del siglo XIX aparecen los primeros comedores sociales. De este periodo, pero sobre todo de la Gran Depresión, nos llegan imágenes de espacios donde los menos favorecidos por la incipiente sociedad industrial acuden para saciar miserias y hambre. No estamos ante fotografía gastronómica, estamos frente a documentos sobre dificultades y características de alimentación, de nuevo frente al realismo fotográfico.

Con este tipo de imágenes obtenemos un documento gráfico que en ocasiones forma parte de los géneros

periodísticos a los que acompaña y que constituyen un documento histórico. Los primeros años de la fotografía nos ofrecen todo tipo de escenas en las que la comida estará presente si bien para apoyar la realidad que rodean aquellos años.



**Comedor social. La Gran Depresión, 1933.  
Realismo fotográfico.**

Del rudimentario bodegón de Niépce el recorrido de la fotografía en relación con la alimentación pasa por su valor social y testimonial; son estas imágenes callejeras y cotidianas las que hasta ahora nos han servido para realizar la lectura que aquí interesaba para alcanzar la fotografía del apetito, la fotografía de alimentos con toda su fascinación en el siglo XX.

Es precisamente la seducción lo que predomina en el mensaje de este género, tanto en el ámbito editorial como en la revista especializada en gastronomía (también en prensa periódica generalista cuando así incluye crítica gastronómica o da cuenta en informaciones de los avances de los grandes cocineros en, por ejemplo, ferias y congresos tan celebrados como Madrid Fusión<sup>125</sup>, que siempre proporciona imágenes de los chefs en el auditorio principal presentando sus innovaciones o nuevas creaciones).

La fotografía es uno de los géneros visuales en periodismo por excelencia. En la misma se superponen elementos denotativos (descriptivos) y elementos icónicos que posicionan o determinan la imagen y que puede manejar el fotógrafo o fotógrafa (ángulo de la toma, encuadre, composición, iluminación, sombras, color, contraste, etc.).

Además de complemento de todo tipo de textos periodísticos, puede convertirse en noticia por sí misma; aunque precisará contexto o pie de foto explicativo.

---

<sup>125</sup> Congreso Internacional de Gastronomía que se celebra en el Palacio de Congreso del IFEMA, en Madrid, desde el año 2003.

### 1.2.4.3. Industria alimentaria y publicidad: fotografía gastronómica contemporánea

Superados los conflictos de principios y mediados de siglo XX, a partir de la mitad del siglo XX, la fotografía gastronómica gira en torno a la publicidad y el mundo editorial, siendo la década de los cincuenta en adelante, los periodos de despegue definitivo, auspiciado por la producción industrial de la comida envasada y el gran consumo o adquisición de comida manufacturada en zonas urbanas y centros comerciales de alimentación<sup>126</sup>. Este periodo de la historia de la fotografía gastronómica es especialmente relevante porque marca el inicio de la misma tal y como la conocemos hoy. Ligada a la difusión de marcas y productos -envases, carteles, vallas publicitarias, etc.- llega a asentarse en revistas con imágenes espectaculares, y en libros de cocina, donde se asienta la imagen del “*star cook sistem*” que se convertirá en protagonista de libros dedicados.



Es el interés contemporáneo ligado al consumo y la necesidad de publicidad de restaurantes, con toda la actividad que se genera en torno al sector gastronómico y alimentario, lo que conduce a la eclosión de la fotografía gastronómica y el desarrollo del debate sobre la propuesta de consideración sobre subgéneros propios. Durante el primer tercio del siglo XX esta fotografía consiste principalmente en dar fe de la receta, del nuevo

<sup>126</sup> Armendariz, M. (2013). *A brief history of food photography*. En *Focus on food photography*. Focal Press, Burlington. En línea, disponible en: <http://goo.gl/c7y7km>. Consulta: 08-06-2015.



artilugio o del acabado culinario. De las primeras revistas de cocina en España de los años treinta (*Menaje, Paladar*), donde las imágenes fotográficas representan el aval necesario, fehaciente, de lo que se anuncia en el texto en el caso de instrumentos y menaje; donde, en el caso de recetas, las fotografías de alimentos emplatados acompañan a la misma sin más, la fotografía gastronómica pasará de tomas generales de planos picados, sin profundidad y con encuadre rudimentario, a desarrollar toda una técnica de estudio, con primerísimos primeros planos, macros y contrapicados.



**Filete de lenguado Marguery.**  
Revista Paladar, 1934.

Durante las tres o cuatro primeras décadas del siglo XX, las publicaciones especializadas en cocina acompañan sus textos con imágenes sencillas que poco tienen que contar salvo testimoniar la receta. Retrospectivamente todas ellas nos ofrecen una lección extraordinaria sobre el estilismo culinario de las distintas épocas en las que estas recetas fueron cocinadas y publicadas, sobre modas y modos de comer. Más tarde, la evolución de la cocina alcanza la vanguardia gestada en nuestro país, la incorporación de nuevos productos -importados, exóticos, novedosos- junto a nuevas técnicas -espumas, esferificaciones, etc.- que proporcionarán el material suficiente y precioso con el que acompañar todo tipo de textos (literarios, periodísticos, digitales, audiovisuales). Es la incorporación de la identificación del cocinero, el cocinero estrella y de su trabajo, lo que posibilita el desarrollo de una nueva estética gastrofotográfica donde el plato es absoluto

protagonista. Pero hay más, además de informar, estas imágenes testimonian la peculiaridad de técnicas y la singularidad de emplatados (muestran parte de la filosofía o visión del autor).

Superada la Transición y con la aparición de la primera revista moderna especializada en gastronomía, *Club de Gourmets* (1976), las fotografías gastronómicas se muestran fiel al bodegón y ofrecen cierto sentido estético de conjunto: predominan las imágenes en las que junto al plato terminado, aparecen los ingredientes con los que se han elaborado.



Bodegón gastronómico post-transición española. Revista *Club de Gourmets* (año 1977).

Las imágenes se vuelven más cuidadas, mejor iluminadas; apreciamos algo de textura y aparecen más colores, sin duda favorecidos también por el avance en la calidad de ópticas, películas fotográficas y capacidades de las nuevas cámaras.

La irrupción de nuevas corrientes como la *Nouvelle Cuisine*<sup>127</sup> en los años setenta, con su puesta en escena cuidada y su apuesta por platos más ligeros, conlleva asimismo

<sup>127</sup> El restaurador francés Fernand Point está considerado el padre de la nueva cocina francesa que sin embargo se hizo popular a finales de los setenta gracias a la divulgación de los hermanos Jean y Pierre Troisgros, Paul Bocuse y Michel Guérard. El término fue inventado por los críticos gastronómicos Henri Gault y Christian Milléau.

una nueva evolución fotográfica: la cámara se acerca al alimento para ofrecer un primer plano donde el punto de vista del comensal deja de



**Veal chop and kidney garnished à la bourgeoise. Paul Bocuse, Nouvelle Cuisine.**

dominar el cuadro para permitir planos superiores o cenitales<sup>128</sup>. Por primera vez, el plato tiene algo que decir más allá de anunciar comida y es gracias al nuevo enfoque culinario y su especial atención al modo de presentación. Con la *Nouvelle Cuisine* la fotografía gastronómica pasa así de accesoria a protagonista<sup>129</sup>.

De estas imágenes parte el concepto explotado hoy bajo la fórmula de estilista gastronómico o de alimentos, que tanta importancia tiene en el siguiente paso gastrofotográfico: el *Food Style* con su estética variada y cuidada al milímetro.

El siguiente paso evolutivo lo encontramos con la aparición de la cocina de vanguardia, antes mencionada por encima, cuyo máximo exponente es Ferran Adrià.

La necesidad de ilustrar la evolución culinaria emprendida en elBulli precisa de todas las herramientas disponibles, donde la fotografía es crucial, fotografía que ejecuta Francesc Guillamet.

El punto de vista de la cámara se realiza desde la mínima distancia de enfoque, primerísimos primeros planos bajo estética minimalista siguiendo el modelo y la filosofía oriental, que dan sentido a un subgénero propio dentro de la fotografía de alimentos: el *Food Porn*, cuya primera muestra en nuestro país se realizó como acción paralela a la celebración del festival CineEscena de marzo de 2011, en las Islas Canarias, y estuvo coordinada por Yanet Acosta, quien fue comisaria de la exposición.

<sup>128</sup> Síntesis del material teórico de trabajo del curso de Fotografía Gastronómica de la plataforma digital The Food Studies. Tema 1.

<sup>129</sup> Sacha Hormaechea, fotógrafo gastronómico y propietario del Restaurante Botillería y Fogón. Profesional colaborador del Título Propio Periodismo Gastronómico y Nutricional de la Facultad de Ciencias de la Información, de la Universidad Complutense de Madrid (UCM).

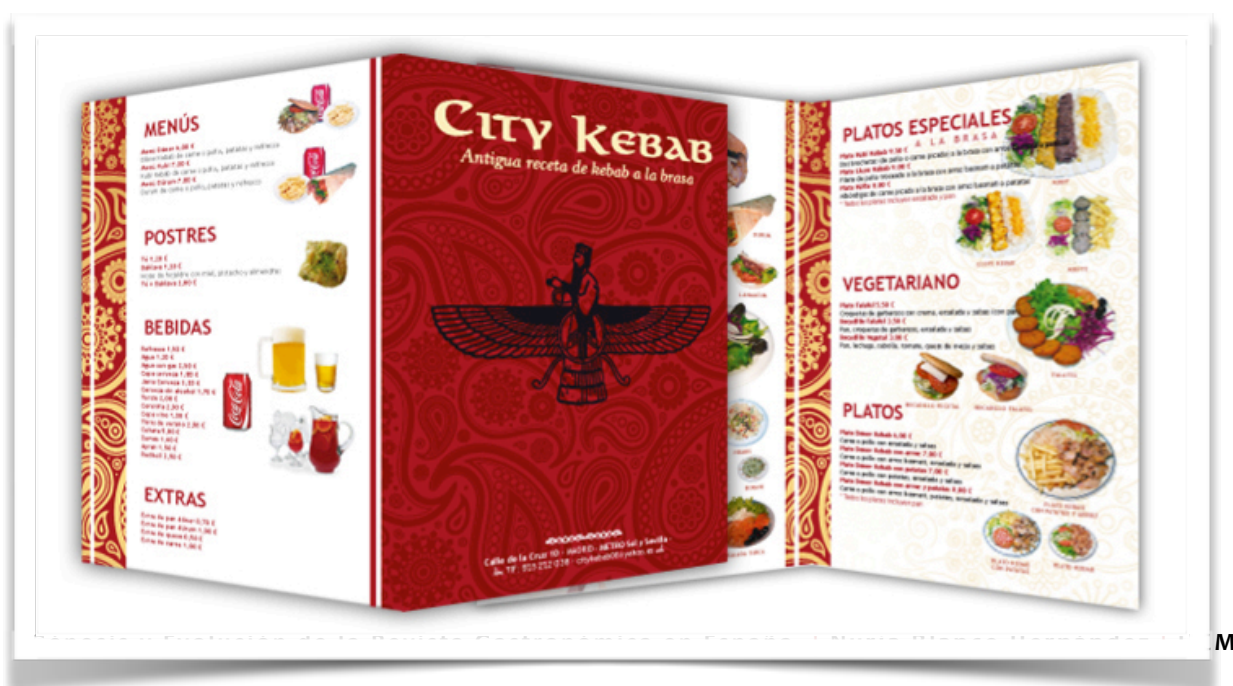
### 1.2.4.4 La fotografía gastronómica y sus subgéneros

Vista la evolución gastrofotográfica, queda la definición de los diferentes estilos de fotografía de alimentos con los que nos encontramos en la actualidad, o subgéneros como se debate en este artículo.

En primer lugar, debemos partir del básico y elemental, no por técnica ni construcción de imágenes sino por su sentido global o general, *Food Photography* o fotografía de alimentos.

La fotografía de alimentos o *Food Photography* aborda la imagen de alimentos en su estado natural pero también los productos generados por la industria, es decir, ofrece la reproducción de naturalezas muertas cuya especialización culmina en la fotografía de finalidad comercial, entendida esta como básica o primaria (compra habitual, rutinaria o accesible). Son las imágenes que se incluyen en anuncios, revistas, envases, catálogos de productos, algunos menús y cartas de restaurantes donde lo que interesa es mostrar el plato terminado con el número exacto de ingredientes (como ocurre en los establecimientos de fast food o como ocurre en las cartas de zonas turísticas).

Son trabajos realizados por equipos profesionales que pueden o no precisar un estilista gastronómico que trabaja el *atrezzo* y la disposición de la comida en el plato; si se contrata, su técnica es básica ya que lo interesa aquí es la transmisión de marcas, productos y cantidades claramente identificables.





Del anterior surge el denominado *Food Styling* cuyo origen procede del mundo anglosajón empujado por la estética de la nueva cocina. En este tipo de fotografía la estética de los alimentos parte de su objetivo final, es decir, son alimentos o platos terminados, presentados listos para ser consumidos, por tanto, pone énfasis en el encuadre y punto de vista del comensal. Tientan y seducen, inspiran y responden a la manida y por otro lado bien fundamentada expresión, comer con los ojos. Es uno de los estilos más populares y reproducidos tanto a nivel profesional como en el universo blog.



En este tipo de imágenes todo es perfecto y a juego. Alimentos y vajilla son estudiados al detalle y sintonizan con el tipo de comida, con la gama de colores que ofrece, la temporalidad del producto y la estación del año de consumo. Son esas imágenes donde los alimentos pueden aparecer cortados, como a punto de ser ingeridos. Pueden mostrar la cuchara en su interior, lista para cogerla y llevar esa apetitosa sopa a la boca. Y ensalzan la técnica empleada, como casi siempre ocurre con parrillas y asados. Y no dudan a la hora de introducir trucos o maquillaje, como por ejemplo suele ocurrir con las gotas de refresco -

vaselina- o los cubos de hielo -de metacrilato-. El resultado es una imagen preciosista, idealizada, de la comida de la que no podemos huir, resulta a todas luces irresistible.

A esta tendencia se ha sumado una estética particular, una especie de *food country style* o *rural food style*, un estilo en apariencia casual y rústico. Este tipo de escenas poseen un halo de romanticismo que contribuye a su idealización, en el que las connotaciones de vida campestre o rural están siempre presentes a través de telas, maderas, metales desbastados u oxidados, cristales gruesos o de color, y vegetación, flores o ramos de hierbas y especias.

Por último, una de las tendencias con mayores posibilidades artísticas viene de la mano del denominado *Food Porn*, literalmente pornografía de alimentos, del que ya he avanzado algo y donde estos alimentos son capturados por la cámara desde la distancia mínima posible. El *Food Porn* crece o se impone gracias a las posibilidades aportadas por la cocina de vanguardia que eleva la fotografía de alimentos de categoría, es decir, comienza a ser algo más que la imagen de un plato, comienza a relacionarse con el arte; sin estas fotografías, este tipo de cocina nunca hubiera alcanzado la popularidad actual. Este estilo en su versión más pura posibilita dobles lecturas sobre la imagen que tienen que ver con el detalle de la comida y las posibles sugerencias, más o menos sensuales, más o menos sexuales, de ese alimento y cuya magia o maestría recae en el autor. En cuanto a lecturas se refiere, podríamos decir que es una manera de fotografiar la comida con todo el glamour de nuestro tiempo, pero también es la exaltación de la comida en su equiparación con otros placeres terrenales, más concretamente con el deseo carnal. Su punto de vista es provocativo, sugerente o seductor.

En cualquier caso, el *food porn* halla su origen en el término que se atribuye a la profesora universitaria del Departamento de Medios de Comunicación, Cultura y Lenguaje de la Universidad de Roehampton (UK), periodista y crítica feminista, Rosalind Coward<sup>130</sup>, que lo incluyó por primera vez en su libro *Female Desire* (Grove Press, New York, 1985). En el mismo asocia la idea de que la presentación artificial y mediatizada por la tecnología de la cámara, anula el proceso de preparación del elemento que enseña, la comida. Para esta

---

<sup>130</sup> Universidad de Roehampton, Dpto. de Medios de Comunicación, Cultura y Lenguaje, ficha personal de Rosalind Coward. Disponible en: <http://goo.gl/UdowfE>. Consulta: 03-06-2015.

autora la fotografía pornográfica de los alimentos reprime el proceso de producción de la comida: no muestra el camino, en ocasiones contraproducente, para la salud pues el resultado son imágenes bien iluminadas y a menudo retocadas (artificiales). Tal es también la exigencia a la mujer -sostiene Coward-, su imagen natural ha sido tergiversada por modas y consumo para asemejarse, sobre todo en la década en la que fue escrito este volumen- al de una muñeca lista para su consumo. Para la autora esta conexión de mujer objeto, artificial, conecta con la idea de alimento-deseo<sup>131</sup>.

Conviene explicar al lector que la expresión *food porn* se refiere, en un primer momento, tanto en Estados Unidos como en Inglaterra, al exceso de calorías de los alimentos industriales y a la comida rápida. Sería algo así como “una orgía a través de los alimentos”, es decir, el sabor y casi siempre el exceso de grasas y azúcares asociados a las comidas adictivas, nos conducirían a experimentar ese placer.



**Food Porn, fotografía de cerca. La imagen final prescinde o elimina lo accesorio; el foco de atención es el alimento, sus colores y texturas, en un primerísimo primer plano (aislado o destacado).**

<sup>131</sup> Contexto extraído de Wikipedia, artículo Food Porn (<http://goo.gl/mLeZd>) (29-05-2015). En el mismo se explica esta idea y se indica el lugar de la obra del cual ha sido extraída (Rosalind Coward, *Female Desire*, Editorial Grove Press, New York, 1985, p.103).

Quizá sea la apropiación del mundo, ahora sí estrictamente gastronómico, el que ha popularizado el término para evolucionarlo, y hacerlo prácticamente suyo, libre de connotaciones peyorativas, a través de dos tipos de imágenes. La primera de ellas se ceñiría a la técnica propiamente dicha en la que la cámara se acerca a la elaboración culinaria, de la que se pretende lanzar un mensaje seductor sobre la mejor y más atrayente imagen de comida, sin desvirtuar su principal función. Sería una fotografía realizada con mínima distancia de enfoque, o directamente ejecutada con objetivos macro -macrofotografía-. El segundo tipo emplearía las mismas técnicas pero alteraría el mensaje anterior a través del juego fotográfico (encuadre, iluminación, estética y color) y el “posado” de alimentos, para generar imágenes cargadas de erotismo.



Imágenes de Food Porn en versión erótica extraídas del catálogo de la exposición colectiva Fotografía Gastronómica. Del bodegón al Porn Food. Foto 1 Frances Guillaumet, fotos 2 y 3 Mikel Alonso, ‘Comer con los ojos’.

La demanda de este tipo de imágenes, en cualquiera de sus modalidades añade, según el caso, información, contexto y estética, también incitación comercial, además de ofrecer otras lecturas a partir de otros campos y sus influencias como son el sociológico o semiótico. A través de las mismas es posible reconstruir la tendencia gastronómica actual, los gustos e intereses inmersos como nunca en la dinámica de juegos de consumo y mercado.

Desde la llegada de la fotografía gastronómica, la misma ha pasado del rol accesorio dentro de rudimentarios periódicos y revistas del siglo XIX y de principios del



siglo XX, a la inclusión habitual en textos informativos del siglo XXI a los que complementa o incluso sustituye descaradamente en algunos casos.

Sintetizando lo anterior, la tendencia natural de la imagen de alimentos ha sido su nada asombroso asentamiento, especialmente en las publicaciones especializadas en gastronomía, que la necesitaban como compañera inseparable de su temática particular. Su evolución parte del bodegón pictórico, cuyo paradigma fotográfico es la imagen de Niépce, hecho probablemente casual; la misma avanza significativamente con la *Nouvelle Cuisine* y amplia posibilidades con la cocina de vanguardia que le confiere una posición privilegiada, donde la imagen posee un mensaje propio, en concordancia con la estética y el arte.

Los distintos estilos ligados a la imagen fotográfica sobre alimentos constituyen un documento privilegiado que puede observarse desde distintas ópticas. Algunas de ellas son sin duda la evolución técnica de la cocina, el gusto particular de cada periodo (posibilitado por la exportación e importación de productos), y, la utilización de la comida como fenómeno de ocio, consumo, incluso de equiparación al arte.

Estas imágenes responden a los distintos tipos de sociedad en las que fueron creadas, reflejando en su conjunto, no sólo el evidente avance tecnológico, sino también, los distintos valores sociales en torno a los alimentos, los cuales son interpretados y como tales aparecen bajo fórmulas sencillas de mera representación. Como acicate de productos comerciales, como entidad subliminada, ensalzada o equiparada a objetos de consumo cuyas implicaciones van más allá de la básica función nutricional: bajo efectos de suntuosidad y fascinación provocados por los objetos comestibles y sus responsables. También como elemento diferenciador de pertenencia a grupos o clases, lo que por otro lado ha existido en otras épocas donde la difusión, acceso o visibilidad de cultura y productos era mínima.

Son por tanto las demandas o necesidades sociales las que han contribuido al desarrollo de este tipo de imágenes, cuya evolución tecnológica y temporal, favoreció la aparición de géneros fotográficos como método de ordenación y estudio. De los conocidos géneros fotográficos clásicos o tradicionales (retrato, bodegón, reportaje y paisaje -con sus respectivos y consolidados subgéneros en los que cabe la geografía humana-), la fotografía de alimentos perteneció durante años al bodegón. El lector habrá adivinado que la hipótesis

sostenida en este artículo sobre la existencia de subgéneros propios a los que da lugar la fotografía de alimentos se apoya en la relación que mantienen los elementos fotografiados y su motivación. “[...] los subgéneros son imágenes que pueden englobarse dentro de un género pero con características de representación propias de otro género [...]”<sup>132</sup>. La fotografía de alimentos se ha convertido en un género propio, especializado. Gracias al desarrollo tecnológico, artístico y culinario es posible crear nuevas composiciones y por tanto dar lugar a nuevas interpretaciones, subgéneros sería mejor reconocer, que, como el *food porn*, ofrece dos lecturas y una estética con puntos comunes pero diferenciados: con el primero disponemos de una gran lupa a través de la cual apreciar al detalle alimentos y emplatados, con el segundo se origina un juego de erotismo y seducción mediante la manipulación estética y óptica de la comida. El *Food Style* por su parte, con visión de conjunto, con irresistibles alimentos listos para consumir, encuentra a su vez una versión propia que deviene en una nueva interpretación hartamente reproducida en publicaciones tradicionales y online. Un estilo que, atendiendo a la lógica del ambiente reproducido, se muestra como una especie de *rural food style* o *country food style*, y que representa su propia evolución interna.

Los medios digitales especialmente y el ámbito editorial en particular, tienen una gran dependencia de imágenes y/o elementos gráficos por cuanto valor añadido, por tanto, la fotografía gastronómica supone en la actualidad además de un sector profesional en auge, una de las evidencias de su gran evolución. A estos sectores profesionales sumamos el universo blog y *foodie* y las imágenes de comida subidas por miles de personas diariamente en redes sociales, que contribuyen igualmente a magnificar y hacer patente la preponderancia de las imágenes de comida en las relaciones sociales a través de dispositivos de comunicación digital. Su resultado es la explosión de imágenes sobre comida y alimentos de las que disponemos, donde el conocimiento gastronómico está creciendo, perfeccionándose y profesionalizándose en nuestro país, y donde la fotografía gastronómica es, sin duda, el gran condimento de los medios de comunicación.

---

<sup>132</sup> Perea, Joaquín. “Los géneros fotográficos”. Universo Fotográfico nº 2, 2000. ISSN: 1575-8796. Consulta online sin paginación. Disponible en: <http://goo.gl/qua8Fg>. Consulta 08-06-2015.



## Capítulo 2. Alimentación, Cultura y Gastronomía



## 2. 1 Alimentación y gastronomía

*No desdeñes nunca las ideas imaginativas. A ellas se llega sólo después de mucho pensamiento, de mucha reflexión y mucho estudio, y de notable atrevimiento.*

**Javier Marías**

*La imaginación es la voz del atrevimiento. Si hay algo divino de Dios es eso. Se atrevió a imaginar todo.*

**Henry Miller**

Más allá de las críticas sobre las posibilidades o conexiones con los productos turísticos, vertiente real y productiva que genera riqueza e involucra y motiva a los individuos (también pervierte al llevar a extremos sus ofertas); más allá de esa producción y fomento de consumo de productos y cocinas regionales, del desarrollo de restaurantes y comercios, la gastronomía nace de la necesidad humana sobre la ingesta de alimentos, su punto de partida. Pero una vez garantizado el sustento, la alimentación se transforma en una actividad sensorial, cultural e intelectual que llamamos gastronomía. La gastronomía nace de la combinación de alimento, conocimiento e intelecto con la implicación gustativa y sensorial.

La escritora gastronómica y académica de número de la Real Academia de Gastronomía, Almudena Villegas Becerril, sostiene, como tantos otros estudiosos, que la gastronomía aparece cuando las necesidades primarias están satisfechas, y define la misma, añadiendo aspectos inmateriales: “Lo superfluo<sup>133</sup>, las comidas elaboradas, la transformación, la tecnología, los sentidos, la percepción refinada, incluso tiene una lectura estática, artística. [...] La gastronomía es el refinamiento, el pensamiento, los sentidos más elevados, lo espiritual incluso, [...], la comunidad humana alrededor de la mesa”, (Villegas, 2008:14-15).

La comida posee un lado inmaterial, también sensual, atento a la experiencia, y sobre todo un lado práctico, en evolución, que es junto a las implicaciones históricas, antropológicas, económicas, socioculturales, científicas, metodológicas y tecnológicas, lo

---

<sup>133</sup> En el sentido de externo. Alejado de cualquier connotación peyorativa.

que la convierten en materia digna de estudio. Si la gastronomía tiene que ver con la comida, eje principal pero en absoluto totalizador, la comida se transforma en gastronomía cuando se controla, es decir, cuando se produce, se prepara y se consume bajo determinadas normas en las que adquiere una serie de significados y sobre las que se aplica inteligencia. También cuando pertenece a distintas épocas o contextos (Montanari 2006:9) para posteriormente incorporarse al legado cultural.



La gastronomía es capaz de suscitar pensamientos conectando con otras parcelas de conocimiento, ahí entra su lado cognitivo, demostrando así su carácter multidisciplinar y su ámbito de actuación transversal, conectando otras disciplinas y actividades fruto de la interacción humana. De ahí las dificultades que se han venido produciendo en cuantos intentos de definición sobre gastronomía se han realizado.

La cuestión de tan compleja acotación, quizás, pueda deberse paradójicamente a una sencilla razón, y es que la gastronomía atiende a la acumulación de acontecimientos

e ideas, también a la suma de extensos conceptos en los que, como sabemos, intervienen las preferencias e idiosincrasias de los pueblos y sus habitantes, en las que tienen mucho que decir los patrones culturales, así como las experiencias internas de los individuos que, más allá de su contacto con la naturaleza y su entorno, se deben al intercambio de conocimiento entre individuos y sus ingenios.

De ahí que sea una materia tan interesante sobre la que teorizar, y por eso, desde diferentes ámbitos, se viene reclamando su equivalencia y preponderancia con respecto a otras ciencias, incluso otras artes<sup>134</sup>.

Así que del mismo modo que Xavier Domingo, autor de *Cuando sólo nos queda la comida*, pensaba que la gastronomía era algo demasiado importante para que perdiésemos el tiempo en atender a la pedantería de “ciertos señores que hablan de ella autotitulándose gastrónomos”<sup>135</sup>, Manuel Vázquez Montalbán en *Contra los gourmets* esgrimía una serie de argumentos oponiéndose al dogma en materia de alimentación. Algo de razón no les faltaba, mas en el sentido de imposición sobre el comer que en la necesaria concreción de qué es en puridad la gastronomía, por qué es tan importante, cuáles son sus bases de cohesión social e influencias (económicas, culturales, sociológicas, salutíferas). También dónde radica su fuente de riqueza, y cómo demostrar su justificación y defensa académica como materia merecedora y susceptible de transmisión cultural, objetivo paralelo en este trabajo de investigación.

Mucho me temo, regresando a los dos autores anteriores (ambos gastrónomos a su pesar), que los mismos se dejaron influenciar por un prejuicio de clase, razonado y no exento de las connotaciones base a su experiencia personal, ligada a una realidad social en torno a distinciones, injusticias, complejidades y penurias de un periodo concreto de la historia nacional cuyos ecos padecieron y sobre la cual informaron en distintos medios.

Sin embargo, la sociedad española ha avanzado y ha conseguido aislar parte de sus diferencias al integrarse en un sistema democrático y plural donde la alimentación y

---

<sup>134</sup> Este tema se abordará en apartado propio más adelante.

<sup>135</sup> A Xavier Domingo nunca le gustó el término gastrónomo, lo que se deduce de la lectura de sus textos. El autor prefería considerarse, en todo caso, “cocinólogo”.



la gastronomía presentan múltiples posibilidades de crecimiento y enriquecimiento individual (intelectual, cultural, sensorial y placentero) y colectivo (porque da lugar a actividades con las que se genera riqueza: turismo, comercio, restauración, ferias y congresos, producción, formación, actividades culturales, etc.).

Por poner un ejemplo relevante, instituciones como la Real Academia de Gastronomía y la Fundación Española de Nutrición han venido trabajando durante los últimos años para introducir o dotar a la sociedad de los conocimientos necesarios para hacer de la gastronomía un hábito saludable que debemos aprender e integrar en nuestra sociedad como síntoma de evolución educativa o avance cultural. Y esa es la labor que aquí interesa de cuantas actividades realizan ambas instituciones.

El italiano Massimo Montanari nos advierte, en una de sus obras fundamentales titulada *La alimentación como cultura*, sobre la asociación de la comida a la idea de naturaleza, señalando este hecho como un error, al considerar que lo que está asociado a la naturaleza es el origen del hombre, no la comida que éste ingiere. Montanari explica que los alimentos pueden provenir de la naturaleza, pero eso no significa que la alimentación del hombre sea en absoluto natural. Desde el momento en que es consciente, el hombre escoge libre y deliberadamente (al contrario del resto de especies que están condicionadas por su comportamiento animal) mediante la recolección o la caza, por tanto, manipulando su alimentación (la selecciona, la combina y la trabaja cuando el fuego posibilita su asado y después la cocción). Esta idea es fundamental aquí porque es en la implicación humana -señalada con anterioridad por Harris y Lévi-Strauss-, en su manipulación e incidencia directa sobre la naturaleza y los elementos presentes en la misma, donde hallamos evidencias de lo que denominamos cultura.

Para Montanari el nexo entre comida y naturaleza aséptico sería erróneo dado que “en la experiencia humana [...] los valores esenciales del sistema alimenticio no se definen en términos de naturalidad, sino como resultado y representación de procesos culturales: domesticación, transformación y reinterpretación”, (Montanari, 2006:9). Por domesticación, como veremos, debemos entender el dominio del hombre sobre la naturaleza que habita y no sólo sobre los animales con los que trabaja, es decir, entendemos la capacidad del hombre de generar sus propios recursos. Recursos que

llega a transformar y reinterpretar a través de la práctica de la cocina en primera instancia, hasta llegar a la manipulación genética de animales, granos y semillas en nuestra actualidad.

Por otro lado, del legado del médico de la antigua Grecia, Hipócrates de Cos (Cos, 460 a. C. – Larissa, 370 a. C.), nació la obra del fundador de la medicina moderna, el romano Galeno (siglo I a. C.) quien aprovechó la mayoría de sus enseñanzas, señalando entonces que la comida era “*res non naturalis*”, es decir, algo no natural, y en función a esta idea decidió incluirla en los factores de la vida artificial que el hombre maneja (o controla), (Wilson, s/f:18).

De lo que no cabe ninguna duda es de que en la comida (natural -cruda, salvaje-, o transformada -guisada-, o manipulada desde el origen -cultivada-) una vez superada su primordial función nutricional, están implicados, además de la manipulación directa de la mano del hombre, otros factores culturales que, una vez son observados con atención y si es con deleite o satisfacción todavía mejor, se transforman en eso que convenimos en denominar gastronomía, un término que va más allá de la cocina, la mesa o el mantel, y que necesita inexorablemente inteligencia y explicación.

“Lo gastronómico” es un concepto manido en la actualidad, incluso absorbido por marketing y publicidad que corre el peligro de transmutar en etiqueta, si no lo ha hecho ya. Pero la gastronomía encierra la historia, el estudio de la relación del hombre con los alimentos, y su conocimiento, pero también debe ser entendido como rasgo identitario, como elemento de acotación o distinción social, como eje económico de pueblos y países, como expresión artística y cultural; además de como excusa para celebraciones, goces y diversión. Aspectos que también se encuentran en la observación profunda de la comida y todo su ritual<sup>136</sup> donde los alimentos serán siempre protagonistas. Son las relaciones que el hombre establece desde el principio con los alimentos (y sus distintas elaboraciones), las que dan pleno sentido al término gastronomía. Del que parten como hecho cultural en sí mismo, desde el preciso

---

<sup>136</sup> Desde su limpieza y elaboración hasta el protocolo de servicio y su representación. Todo nos habla, nos narra historias: desde la gramática de los alimentos (presente y legible a través del orden de presentación de platos ante el comensal) hasta la tipología de los alimentos que componen el plato que, entre otras cosas, nos ofrecen información sobre su lugar de procedencia.

momento en que junto a la comida y el fuego se establecen conexiones sociales que dan lugar al desarrollo del lenguaje y se forja el hogar.

Selección, evolución y supervivencia rodean al ser humano desde su origen. Y este hecho está en conexión directa con la alimentación, primaria, elemental en origen, pero cuya evolución y difusión posterior, gracias a la adquisición del conocimiento, aumentarán su complejidad para transformarla.

El término gastronomía es un término complejo, un sustantivo que encierra prácticamente el mundo en su interior. Es un término que conecta directamente con el ámbito de la supervivencia; como el conjunto de conocimientos y saberes con los que el ser humano perdura, se explica y realiza a través de la comida y las actividades a ella vinculada. Como veremos a continuación no ha sido hasta el siglo XXI cuando su interpretación, avalada por una novedosa propuesta descriptiva, evoluciona para quedar reconocida en lo social, cultural, político e institucional de manera formal.

### 2.1.1 Del hombre, la alimentación y la gastronomía

De la importancia de la alimentación y la gastronomía no caben dudas porque gracias a los alimentos nace el hombre tal y como lo conocemos hoy. Si quiero defender la importancia del hecho gastronómico para ser contado y presentado ante el público con todas sus aristas y complejidades, superado el concepto de alimento, no queda sino remontarse a los orígenes de la humanidad donde la alimentación no supuso un paso más, sino que fue el paso decisivo.

Todo lo que acontece en el hombre y la naturaleza está determinado por la evolución. Conclusión a la que hemos llegado a través de la rotundidad con que numerosos científicos han presentado sus pruebas desde la irrupción de la obra de Charles Darwin<sup>137</sup>. Punto que también compartió el desaparecido científico y profesor Faustino Cordon en la obra *Cocinar hizo al hombre*, un nutritivo volumen en el que explica la importancia e influencia del medio en el origen de la especie humana.

Con frecuencia y casi por obligación, cuando escuchamos hablar de la selección natural de las especies recurrimos a Darwin. Sin embargo casi siempre olvidamos que, en lo que atañe al hombre y su dominio sobre la Tierra, la alimentación y más concretamente la transformación de los alimentos resultó crucial. Lo cierto es que la nuestra no es tanto una historia de selección natural como de deliberada intervención animal acuciada por la necesidad de garantizar el alimento.

Una historia humana que comenzó hace 15 o 20 millones de años cuando una especie animal y originaria se dividió dando lugar a dos importantes grupos: los grandes monos y los grandes homínidos. Sólo una de estas especies descendió al suelo hasta transformarse en homínido, y fue ese homínido el que evolucionó hasta devenir en hombre.

El medio fue modelando la conducta y la configuración corporal de esta especie en tres actos cruciales, de los que uno transcurrirá en la fronda del bosque y los dos siguientes en suelo y campo abierto.

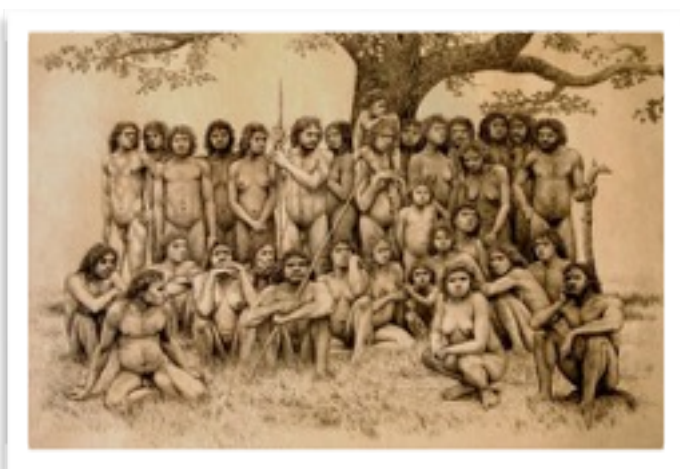
---

<sup>137</sup> Autor de la trascendental obra *El origen de las especies* (1859).

El mono que desciende, el que nos interesa, comienza a agudizar su vista, desarrolla tareas de cooperación y se esfuerza en la búsqueda de su seguridad -sobre todo cuando es más vulnerable, por la noche, cuando el cansancio obliga al descanso y la inactividad-. Nuestro antepasado *hominidae* evoluciona y descubre útiles -pasa de emplear palos y piedras comunes a utilizar "herramientas" con una finalidad-. Descubre el fuego y precisa del lenguaje para comunicarse; al principio, con sonidos guturales que indican la proximidad del peligro; más tarde, con la precisión y variedad de sonidos que señalan determinadas acciones de grupo, sonidos más profundos en cuanto a significación. El largo transcurrir consigue finalmente que el hombre domine el espacio gracias a la palabra.

En este apasionante viaje es la intervención del hombre la que transforma el equilibrio natural estableciendo diferencias respecto al resto de animales que manifiestan pautas de comportamiento; él, en cambio, altera lo convencional, se atreve, hace o ejecuta, y prueba.

El trascendental lenguaje, que establece las bases de la incesante actividad humana, fluye gracias a la actividad culinaria. De animal heterótrofo pasa a ser una animal autótrofo: ya no se limita a un solo alimento sin transformación e intervención, sino que es capaz de prepararlo y producirlo, distinguiéndose definitivamente del resto de animales de su entorno. Sin lugar a dudas, fue la aparición del fuego y la posterior actividad culinaria la que establecieron las condiciones idóneas para la comunicación en una primitiva sociedad basada en la cooperación.



Familia de Atapuerca.

Venciendo la repugnancia a comer alimentos extraños nace un homínido "cocinante"; el único animal para el que paradójicamente el alimento artificial es su

natural alimento<sup>138</sup>. Vemos como la cocina mueve a la acción, es la que perfecciona el lenguaje indicando además de un verbo el predicado; la nueva actividad conlleva una serie de acciones ordenadas que van desde la recolección y el almacenaje a la transformación, para posteriormente ir perfeccionándose y pasar del fuego directo al barro y la cazuela.

Faustino Cordón, que en su momento sorprendió al universo científico con su obra, confiesa en la misma que su objetivo fue la persecución del pensamiento verdadero con el que influir en el continuo desiderátum que alberga todo hombre de ciencia. No se olvidaba este científico y profesor de lanzarnos una crucial advertencia: el disfrute gastronómico es una de tantas formas de gozar. Al igual que elevamos a la categoría de amor el placer sexual, la cocina se ha transformado en gastronomía gracias al afinamiento y conocimiento del paladar. “Como el pintor o el músico, el artista de la cocina debe trabajar para lograr un goce estético que el buen gastrónomo apreciará”<sup>139</sup>. Queda claro que estamos ligados a la cocina, cuya reflexión debe hacerse sin ataduras, con el pasado siempre presente y sin perder de vista que su “búsqueda y razón es otorgar la felicidad”<sup>140</sup>. Sólo cuando se ha superado el umbral de la necesidad, la comida puede observarse y comprenderse bajo perspectivas culturales y hedonistas.

*Cocinar hizo al hombre* desvela que es en el origen de la especie humana donde encontramos muchas de las explicaciones a nuestros impulsos genésicos más triviales. Lugar por el que hemos visto que hay que comenzar para comprender no qué es la gastronomía, sino cómo ha llegado a ser lo que es.

En el momento en que el hombre es hombre y controla el territorio, la comida nunca más volverá a ser "natural" porque el acto de alimentarse se verá influenciado por decisiones que implican concreta manipulación (desde la recolección o la caza hasta las técnicas de conservación de alimentos o su posterior cultivo).

---

<sup>138</sup> Faustino Cordón y Massimo Montanari, científico e historiador, respectivamente, comparten esa reinterpretación de que la comida, en cuanto a su relación con el hombre se refiere, no pertenece al ámbito de lo natural.

<sup>139</sup> Cordón, Faustino (2009): *Cocinar hizo al hombre*. Barcelona, Tusquest, Colección 5 sentidos, p. 132.

<sup>140</sup> Vázquez Montalbán, Manuel (1997): *Contra los gourmets*. Barcelona, Mondadori. Cit. p. 16.

Como vemos la complejidad del término gastronomía viene dada por dos elementos determinantes (el propio origen del hombre y su dominio sobre la Tierra), en los que se encierran a su vez otros factores igualmente trascendentales que conducirán a través de los siglos a una serie de estructuras sociales, las cuales irán trasvasando, intercambiando y anulando indistintamente sus conocimientos. Lo que es lo mismo que decir algo que ya sabemos, que el hombre y sus distintas sociedades (precarias, rudimentarias, despiadadas, injustas o desarrolladas) encierran diferentes valores culturales que terminan estableciéndose como fórmulas convencionales de comportamientos, entre los que se encuentran los hábitos alimenticios por los que se rigen los individuos de cada pueblo, (Lévi-Strauss, 1968).

Por tanto, cuando el ser humano pronuncia la palabra gastronomía, con ella encierra o engloba de manera genérica el pasado, toda la cultura del ámbito culinario, todo su saber. Hace referencia a la alimentación básica, a la comida como sustento. Pero hay más. En ese saber culinario intervienen o están presentes, ya sea en parte o en su totalidad, características propias de las diferentes parcelas en las que se basan y fundamentan las sociedades, con el paso del tiempo, junto con las características de cada cocina. Lo cual se aprecia con claridad al observar como hemos ido definiendo o adjetivando las cocinas: cocina de clase, de subsistencia, festiva, económica, tradicional, de vigilia, de vanguardia, molecular, de fusión<sup>141</sup>, cocina natural o casera, vegetariana, etc.

En cada país, en cada pueblo, cultura, tradición e identidades son fruto del devenir histórico. Son incluso el resultado inacabado de la suma de elementos que, en su trayectoria y a lo largo de los años, se han cruzado en su camino (y se cruzarán pues la historia continúa), para ser asimiladas, intercambiadas o alteradas y ampliadas mediante un nuevo uso o forma de elaboración; lo que con frecuencia, hablando de alimentación, ha ocurrido con las diferentes especies conocidas mediante conquistas o colonizaciones. Su extensión hacia distintos continentes como son, por ejemplo, el caso

---

<sup>141</sup> Incluyo esta denominación por estar ampliamente aceptada dentro de la comunidad gastronómica aunque con frecuencia se utiliza erróneamente. La cocina de fusión es aquella que respeta las técnicas con las que se elaboran los alimentos en origen, no la cocina que emplea ingredientes foráneos a su tradición (es decir, que los incorpora a sus guisos sin cambiar las pautas de elaboración).

de la patata, el maíz o el chocolate, el té, el café o la cerveza, entre muchos otros, son la prueba irrefutable de que nosotros mismos y nuestros alimentos, nuestras maneras de cocinar, se deben a un cruce de caminos que con su gigantescas consecuencias está presente y da sentido a eso que de alimentación ha pasado a denominarse gastronomía. Cómo hemos pasado del proceso nutricional al deleite o recreación gastronómica, donde la vertiente cultural convive estrechamente con lo anterior, es cuestión obligada que trataré a continuación.



## 2.1.2 Qué entendemos por gastronomía

Toca ahora una cuestión espinosa, un asunto que no deja de ser debate inagotable como es el que concierne a la descripción del término “gastronomía” en la aspiración científica de acotar significado y ámbito de actuación. Atendemos pues a dos cuestiones fundamentales (definición y concepto) para limitar los márgenes o definir territorios propios de la gastronomía, al objeto de desgranar qué es gastronomía, qué queremos decir cuando aludimos a la gastronomía y cuál es el concepto mayoritario que de ella tenemos. Es decir, debo ofrecer en primer lugar su definición o definiciones admitidas, también discutidas, al tiempo que trato de explicar conceptualmente todos aquellos



Primavera. Guiseppe Arcimboldo, 1573.

aspectos cognitivos que suscita y despierta la gastronomía, eje de discordia o núcleo de la cuestión. También profundizaré sobre sus adeptos para los cuales, como veremos, abundan del mismo modo definiciones, clases o tipos, incluso estereotipos.

Conviene además hacerlo desde el pasado, sin restricciones o prejuicios, para culminar con la gastronomía del presente.

Existen materias y disciplinas que se avienen al esfuerzo del investigador, que se dejan definir, y existen otras, como es el caso de la gastronomía, que por multidisciplinar y transversal presenta complicaciones al encerrar la propia historia de la evolución del ser humano, por tener que ver con los sentidos y la sensibilidad de cada uno de nosotros y conectar con múltiples disciplinas.

Cuando tratamos de definir, tratamos de exponer los rasgos particulares y concretos que encierran actividades, términos o materias. Y cuando hablamos de conceptos nos referimos a las ideas, a los pensamientos que expresamos a través de las

palabras. Las definiciones requieren, según el diccionario de la Real Academia Española, claridad y exactitud, es decir concreción y detalle. Los conceptos en cambio, suelen presentarse de manera menos nítida, resultan complejos a la hora de explicar, con frecuencia precisan más horas de estudio o reflexión, y por lo general, buena parte de ellos responden a la subjetividad de cada individuo, a su razón.

Dado que en el ámbito gastronómico conviven puristas, hedonistas consumados, cultos y noble personal aficionado, conviene atender por igual y con el mismo respeto a las definiciones doctas en la materia, aquellas que nos han legado estudiosos y literatos (con frecuencia glotones practicantes), y a las más sencillas pero en absoluto simples, es decir, a las terrenales que surgen fundamentalmente no del estudio sino del gusto y la afición, del uso, incluso de la pasión reflexionada.



*Verano.* Giuseppe Arcimboldo, 1573.

Comenzamos con las primeras, por las más formales y aceptadas, es decir, por las registradas de manera académica o grave, desde el diccionario a la enciclopedia y las aportaciones de personajes históricos relevantes por cuanta conexión con el término representan.

Iré desde la definición de alimentación a la de gastronomía tradicional para llegar a la última aportación de la Real Academia de Gastronomía y la Fundación Española de la Nutrición en el Parlamento Europeo<sup>142</sup>.

Las definiciones que nos ofrece el diccionario de la Real Academia Española en relación con el término alimentación contiene dos acepciones. El primero de ellos reza: "acción y efecto de alimentar". El segundo: "conjunto de las cosas que se toman o se proporcionan como

<sup>142</sup> Informe de Iniciativa del Parlamento Europeo sobre el Patrimonio Gastronómico Europeo: Aspectos Culturales y Educativos (PE521.738v02-00, RR/1020101ES.doc). Disponible en <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A7-2014-0127+0+DOC+PDF+V0//ES> [Consulta 03-08-2014].

alimento". Si cambiamos nuestra búsqueda y sustituimos alimentación por alimentar, la definición que obtenemos es la siguiente: "dar alimento al cuerpo de un animal o de un vegetal". En ambas subyace la coincidencia con el alimento, que según el mismo diccionario es el "conjunto de cosas que el hombre y los animales comen y beben para subsistir".

De las definiciones anteriores sobre alimentación, alimento y su finalidad deducimos que en todas subyace la necesidad, es decir, aluden a un acto natural y básico sin el cual al ser humano, y por extensión cualquier ser vivo, no le sería posible la vida. De tal modo que el alimento, reducido a sus funciones nutricionales, reducido a necesidad biológica, se convierte en el combustible imprescindible para la vida. Sin embargo estas definiciones aún siendo correctas andan cojas cuando las sociedades, superadas las dificultades de sustento, unen o reúnen en torno a la alimentación, otras implicaciones culturales, identitarias, económicas, intelectuales, emotivas, hedonistas, morales, religiosas o litúrgicas<sup>143</sup>, protocolarias, etc. Es en este terreno en el que la alimentación, alejada como digo de la única y trivial función de sustento, evoluciona para trasvasar el ámbito de la nutrición y conformar eso que denominamos gastronomía.

Relacionada con otros conocimientos, el ser humano eleva la alimentación en un cúmulo de contenidos anexos y complejos que amplían el concepto de alimentación. De tal modo que ese continente de elementos necesarios para la correcta nutrición y funcionamiento del organismo se traduce en otro tipo de contenidos cognitivos y psicológicos en forma de conocimiento, lenguaje, mensaje y pensamiento.

"El hombre es ese ser complejo que eleva su propia entidad biológica sobre la alimentación, sobre lo básico, en busca de un acto infinitamente más complejo y elevado, que puede llevarle de la gula al deleite espiritual, del recuerdo al gozo de encontrarse con algo nuevo o familiar, siempre a través del alimento". (Villegas, 2008:14-15).

Queda claro que la relación que establecemos con la comida hace tiempo que ha superado lo estrictamente nutricional. Por el contrario y como característica propia y

---

<sup>143</sup> Numerosas religiones están relacionadas en sus rituales con la comida. El acto de comunión cristiana es un acto conjunto ante Dios donde se establece la unión entre fe y comida. El Ramadan presta especial atención a la abstinencia en general y al ayuno en particular; y conocida es la prohibición de comer cerdo en la religión islámica por ser su carne un alimento impuro (haram). Y los hindúes, en cambio y en general, protegen y veneran a las vacas, por citar un último ejemplo.

definitivamente distintiva del resto del mundo animal, la necesidad de alimentación del ser humano trasciende este hecho cuando inventa la cocina y busca nuevas fórmulas de alimentación, nuevos ingredientes, nuevas recetas, nuevas técnicas, independientemente de épocas, en las que además de la ingesta del alimento -que nos conecta con el mundo animal y nuestro visceral pasado- busca la mejor combinación posible, la más sabrosa. Implicando a la necesidad básica, el deseo de ampliar, profundizar y deleitarse con esa comida y su sabor, es decir, buscando literalmente placer a través del gusto, y vinculado una serie de actividades en los que la tradición y la tecnología, independientemente de su estadio, tienen cabida tanto en lo que atañe a la producción/recolección como a las funciones propias de la cocina.

La complejidad, sin duda, radica en sus vertientes psicológica, cultural, hedonista y sensorial. Cómo definir algo cuyas implicaciones son en esencia inmateriales y tienen tanto que ver con la psique humana continúa siendo un desafío, porque prácticamente todos tenemos clara la división entre alimentación y gastronomía, pero las definiciones tradicionales que aluden a esta última hace tiempo que se nos quedaron incompletas.

No es hasta hace relativamente muy poco tiempo cuando damos con una definición lo suficientemente acotada para explicarse por sí misma, cuando encontramos el paso esencial para avanzar, académica o intelectualmente hablando, en lo gastronómico. En marzo de 2014, como veremos algo más adelante de manera pormenorizada, la Real Academia de Gastronomía y la Fundación Española de la Nutrición, a través de sus máximos representantes, Rafael Ansón y Gregorio Varela, respectivamente, redactaron un documento crucial que fue presentado y votado en la Comisión de Cultura del Parlamento Europeo<sup>144</sup>. En el mismo se abordaba la necesidad de fomentar la educación, los hábitos saludables y el conocimiento sobre la alimentación y la nutrición así como se reclamaba los aspectos culturales que conviven en torno a la alimentación, es decir, aludiendo directamente al sentido de la gastronomía. Y lo hacía de manera conjunta dadas las implicaciones sociales, culturales, económicas y sanitarias

---

<sup>144</sup> Informe de Iniciativa del Parlamento Europeo sobre el Patrimonio Gastronómico Europeo: Aspectos Culturales y Educativos (PE521.738v02-00, RR/1020101ES.doc). Disponible en <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A7-2014-0127+0+DOC+PDF+V0//ES> [Consulta 03-08-2014].

que engloban dichos términos. Pero lo más importante aquí, es que dicho documento ofrecía un índice en el que se desgranaban, en nada menos que 36 epígrafes -divididos entre aspectos educativos y culturales-, las razones del binomio alimentación-gastronomía con el binomio cultura-educación.

Sobre la misma volveré más adelante dada su trascendencia y el objetivo de este epígrafe: diferenciar alimentación de gastronomía para tratar de demostrar cómo hasta marzo de 2014 la definición de gastronomía ha permanecido obsoleta y constreñida. La magnífica propuesta de las dos instituciones anteriormente citadas, supuso un impulso determinante tanto en el terreno de la alimentación, la cultura y la salud, además de subrayar, alrededor de la comida, un denominador común europeo del que formamos parte todos los Estados miembros.

Vayamos pues de lo general a lo particular.

En lo que se refiere a las definiciones formales o regladas del término gastronomía, cuya primera mención específica debemos al griego Arquestrato de Gela y de Syracuse que ya en el siglo IV a.C. escribió un poema dando cuenta de la gastronomía, la vida de lujo y la glotonería<sup>145</sup>, no han sido muchas pero han perdurado inalterables durante años con el denominador común de que todas resultan escuetas cuando no ambiguas y vagas.

El Diccionario Latino-Español de Agustín Blázquez<sup>146</sup> indica en su entrada que la palabra gastronomía procede de los vocablos griegos antiguos '*gastér*' que significa 'vientre', y '*gnome*',



*Invierno. Giuseppe Arcimboldo, 1573.*

<sup>145</sup> Existen 62 fragmentos del poema de Archestrato titulado *Hedypatheia* (Vida de lujo) que han llegado hasta nuestros días, todos ellos gracias a la cita de Ateneo en el *Deipnosophistae*. El poema fue traducido o imitado en latín por Ennius (<http://es.wikipedia.org/wiki/Arquestrato>). Este poema también es conocido por el nombre de Gastronomía.

<sup>146</sup> Diccionario Latino-Español, Agustín Blázquez Fraile (Tomo I). Barcelona, Ramón Sopena, 1985.



que sirve para designar una ‘sentencia’ o una ‘máxima’ (regla, principio o proposición).

Según el Breve Diccionario Etimológico de la Lengua Española, del mejicano Guido Gómez de Silva, la palabra gastronomía aparece por primera vez en el subtítulo del poema titulado *Gastrología* del poeta griego Arkhéstratos (siglo IV a. C.)<sup>147</sup>, en el que se describe la comida lujosa del mundo conocido. De Silva divide el término en ‘gastro’ (vientre) y el sufijo ‘-nomia’ del griego ‘-nomía’, referido a la ‘sistematización de leyes o conocimientos de cierta materia especificada’ como agro-nomía, astro-nomía, eco-nomía o gastro-nomía.

Tan sólo como comentario y por resultarme al tiempo singular cuando no inquietante dado que tiene que ver con mi especialidad, he de dejar aquí constancia del vacío que el *Breve Diccionario Etimológico de la Lengua Castellana* de Joan Corominas hace al término gastronomía, el cual no se incluye entre sus entradas<sup>148</sup>. Se entiende que se hayan escatimado términos al objeto de ofrecer al lector lo que se titula, es decir, una obra breve, pero suprimir alegremente tan cultivado vocablo me parece un error. Más aún si tenemos en cuenta tanto la antigüedad como el uso del vocablo y la materia tan común a la que se refieren; y más aún incluso si tenemos en cuenta el auge gastronómico que vivimos en España desde los años 70, donde la gastronomía luce perfectamente



instalada y dando que hablar continuamente, sobre todo en los medios de comunicación que es lo que nos interesa aquí por encima de todo como profesionales.

En cuanto a la extensa obra de Joao Corominas, la que consta de cinco grandiosos volúmenes, he de decir que tampoco incluye el término gastronomía, aunque en esta ocasión en la entrada ‘gástrico’ se anotan varios derivados entre los que se encuentran ‘gastronomía’, ‘gastronómico’ y

<sup>147</sup> Breve diccionario etimológico de la lengua española, Guido Gómez de Silva. México, Fondo de Cultura Económica, 1996.

<sup>148</sup> Afirmación referida a la consulta realizada sobre el término en diciembre de 2012.

‘gastrónomo’.

Otoño. Giuseppe Arcimboldo, 1573.

Durante mucho tiempo se ha afirmado que en España la palabra gastronomía aparece escrita y por tanto reconocida formalmente en 1871, lo que significaría treinta y seis años de retraso con respecto a Francia, donde en 1835 la palabra gastronomía se acepta de manera oficial por la Academia francesa y se incluye en su diccionario como parte activa de su acervo lingüístico.

El investigador Juan Carlos Rodríguez sostiene en sus apuntes titulados *Arte Culinario Mundial*, que "la primera mención en las letras castellanas del término gastronomía corresponde al *Tratado general de carnes*, escrito por Ventura de Peña y Valle en 1832"<sup>149</sup>. Sin embargo, otros autores como el gastroperiodista de la Agencia EFE, Cristino Álvarez, conocido con el seudónimo de *Caius Apicius*, asegura, tras sus investigaciones, que es gracias a la traducción que realiza José Urcullu de esta obra, poema en cuatro canciones,<sup>150</sup> de Joseph Berchoux titulada *La gastronomía o el hombre del campo a la mesa* (*La gastronomie ou L'homme des champs à table*, 1801) en el año 1820<sup>151</sup>, cuando en España comienza a introducirse la palabra gastronomía (que es la tesis más aceptada).

Anotado lo anterior, no queda ya sino recurrir a la definición propia que se ha atribuido desde diferentes obras académicas alejadas del diccionario lingüístico al término gastronomía.

Una de las grandes obras de referencia que en torno a la gastronomía existen es la Enciclopedia Gastronómica Larousse o *Larousse Gastronomique*, cuya primera edición se remonta a 1938 gracias al esfuerzo del chef Prosper Montaigné (1865-1948). Desde entonces la originaria versión francesa ha sido editada en seis ocasiones más; en cuanto a la española que refiero aquí, se ha editado dos veces ofreciendo en un solo volumen el

<sup>149</sup> Juan Carlos Rodríguez, *Arte Culinario Mundial*. Pdf. en scribd.com (<https://es.scribd.com/doc/92898314/Arte-Culinario-Mundial>), p.2.

<sup>150</sup> Chef Simon en Le Monde: <http://chefsimon.lemonde.fr/litterature/berchoux.html>

<sup>151</sup> *Escritores gastronómicos en España*. Conferencia del periodista y escritor gastronómico, Cristino Álvarez (Caius Apicius) en la Universidad Complutense de Madrid, curso Experto en Periodismo Gastronómico y Nutricional (2012).

suculento mundo gastronómico. Dos ediciones en las que se han ido introduciendo cambios internos y externos. El director editorial de Larousse España, Jordi Indurain, añade otro dato extra con el que se confirma el interés suscitado por la obra gastronómica a lo largo de los años: su constante revisión, que se ha materializado en nuestro país en seis reimpresiones a partir de aquella primera edición en las que se han actualizado datos, recetas y entradas<sup>152</sup>. En estos momentos todavía nos encontramos disfrutando de la segunda edición aparecida en 2011.

El *Larousse Gastronomique* en la edición española define la gastronomía como el “arte del buen comer”. E incluye la procedencia del término gastronomía que se popularizó gracias a la publicación de dos importantes obras: *La gastronomie ou L'homme des champs à table* (1801), de Joseph Berchoux (antes mencionada y traducida al español por José Urcullu en 1820), y *Le gastronome à Paris* (1803), de Croze Magnan. Sin embargo, Francia espera, como he señalado anteriormente, hasta 1835 para incluir la palabra gastronomía de manera oficial por la Academia francesa en su diccionario de la lengua.

No es hasta 1825, cinco años después de la publicación del trabajo de Urcullu, cuando aparece el término gastronomía en un diccionario de lengua castellana, será en el de Manuel Núñez de Taboda<sup>153</sup>. En el mismo se explica en su acepción que gastronomía es la “ciencia o tratado sobre el modo de comer regaladamente”.

Por su parte, el Diccionario de Uso del Español María Moliner, indica en su acepción que la gastronomía es el “conjunto de conocimientos y actividades relacionados con comer bien”. Y el diccionario de la lengua de la Real Academia Española resuelve su aportación, aún en su última edición, definiendo la gastronomía como “el arte de preparar una buena comida. Afición a comer regaladamente. Conjunto de los platos y usos culinarios propios de un determinado lugar”.

<sup>152</sup> Jordi Indurain, director editorial de Larousse España (entrevista realizada el 16.02.2012).

<sup>153</sup> Aguirregoitia Martínez, Ainhoa y Fernández Poyatos, M<sup>a</sup> Dolores (2015): “La gastronomía en la prensa española del siglo XIX”. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Vol. 21, Núm. 1 (enero-junio), pp. 17-33. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense. P. 19.



Por lo tanto, según las diferentes aportaciones académicas aquí seleccionadas que sobre el término gastronomía teníamos a nuestra disposición hasta 2014, la gastronomía es “el arte del buen comer”, el “conjunto de conocimientos y actividades relacionados con comer bien”, también es el “arte de preparar una buena comida” más la “afición a comer regaladamente” y “conjunto de los platos y usos culinarios propios de un determinado lugar”, última acepción en incorporarse. De lo que concluimos que la gastronomía tiene que ver una buena comida, que sin duda garantiza que comamos bien, y si es “regaladamente o de gorra”, como criticó Cristino Álvarez (*Caius Apicius*) en su primera ponencia impartida dentro de la programación del curso Periodismo Gastronómico y Nutricional de la Universidad Complutense de Madrid, en relación con el boom, el fenómeno gastroperiodístico y bloguero y sus abusos, cuando los hay, “pues mejor”<sup>154</sup>.

Para todas estas fuentes la gastronomía es el equivalente a comer bien, para las menos, pasa obligatoriamente por la capacidad o destreza, es decir, por el conocimiento de saber cómo preparar una buena comida. Esto nos llevaría a admitir que tan sólo los profesionales de la cocina, es decir, los cocineros y cocineras, podrían hacerlo demostrando así su papel o posición de prescriptores gastronómicos, lo que nos resulta chocante además de desacertado por simplista; de ahí que sea una “condición que negamos inmediatamente”<sup>155</sup> porque cualquiera que se aplique, cuente con productos de calidad y no vea en la comida únicamente garantía de sustento es capaz de preparar y disfrutar de un buen plato, al que además es posible añadirle señas de identidad.

No queda más remedio que admitir que la gastronomía es todo lo que tiene que ver con el acto de comer pero no podemos finalizarla ahí. La gastronomía es, además de todo lo anterior y en palabras de Brillat-Savarin, autor de la célebre obra *Fisiología del Gusto o Meditaciones de Gastronomía Trascendental*, publicada en 1826 y traducida al castellano por primera vez en 1852 (Brillat-Savarin, 2012:11)<sup>156</sup>, “una ciencia que nos sostiene desde

---

<sup>154</sup> *Cocina tradicional en la actualidad*. Conferencia del periodista y escritor gastronómico, Cristino Álvarez (*Caius Apicius*) en la Universidad Complutense de Madrid, curso Experto en Periodismo Gastronómico y Nutricional (2010).

<sup>155</sup> Ibid.

<sup>156</sup> La obra original que se terminó en diciembre de 1825, y vio la luz por primera vez tras la muerte del autor en 1826.

la cuna hasta el sepulcro, que aumenta las delicias del amor y la confianza amistosa, facilita los negocios y el único placer que sin que tenga consecuencias ni aun cansancio leve, alivia además cuantas fatigas experimentamos”, (Brillat-Savarin, 2010:57). A pesar de haber sido tildado de pedante e insufrible comilón, sus palabras suenan espirituales, pero sobre todo describen sensaciones que despiertan sentimientos. Aspectos importantísimos dentro de lo gastronómico porque buena parte de la predisposición y del goce ante la mesa tiene que ver con nuestros recuerdos del pasado<sup>157</sup> y con lo que experimentamos al disfrutar con la comida y los alimentos, ya sea descubriéndolos, saboreándolos, observándolos y reflexionándolos. Por otro lado, ¿cómo podemos no aludir a las sensaciones y los sentimientos en nuestro tiempo cuando hemos sido testigos de evoluciones y vanguardias culinarias y sus increíbles efectos<sup>158</sup>?

En su afán por teorizar sobre la gastronomía, por ensalzar todo lo tocante a la cocina, sacrosanta institución, Brillat-Savarin llega a recurrir a Montesquieu, en su argumentación. Y todo con el objetivo de elevar su mundo del que no me cabe duda que trataba entonces, al igual que trata ahora, del arte de comer en parte, pero no exclusivamente.

Así define y entiende la gastronomía a finales del siglo XIX el jurista Anthelme Brillat-Savarin: “Entiéndase por gastronomía el conocimiento razonado de cuanto al hombre se refiere en todo lo que respecta a la alimentación” (Brillat-Savarin, 2010:58). No contento, el teórico del gusto continúa con su misión y añade que “tiene por objeto velar por la conservación del hombre, empleando los mejores alimentos”, Brillat-Savarin, 2010:58). Hoy no podemos hacer otra cosa que confirmarlo pero entonces, precisaban mayor explicación o razonamiento, también justificación, que hiciera valer su disciplina, y por este motivo Brillat-Savarin añade que “la gastronomía seguramente pone en movimiento a labradores, cosecheros, pescadores, cazadores, y la familia numerosa de cocineros, cualquiera que sea el título o calificativos con que disfracen su práctica en la preparación de alimentos” (Brillat-Savarin, 2010:58-59). ¿Qué es también la

---

<sup>157</sup> Una de las últimas (y mejores) representaciones de ese viaje gastrosensorial lo encontramos en el film *Ratatouille* (Pixar, 2007), donde el crítico Anton Ego revive su infancia ante el tradicional plato. Dejando lo cinematográfico, es la magdalena de Proust el ejemplo por antonomasia.

<sup>158</sup> Ferran Adrià representa el punto de partida del movimiento denominado cocina de vanguardia.

gastronomía sino una gran industria ramificada, una potente fuente de enriquecimiento que forma parte del patrimonio material e inmaterial de cualquier nación?

Siguiendo con su argumentación el francés afirma que la gastronomía tiene que ver con la “historia natural, por la clasificación que practica de las sustancias alimenticias. Con la física, por el examen de sus partes componentes y cualidades. Con la química, por los diversos análisis y descomposiciones que les hace experimentar. Con la cocina, por el arte de guisarlas y de hacerlas agradables al gusto. Con el comercio, porque se ocupa en buscar lo que consume al precio más barato posible, y en expender con las mayores ventajas lo que presenta a la venta. Por último, con la economía política, por los recursos que presenta a fin de recaudar contribuciones, y por las facilidades de cambios que entre las naciones establece. La vida entera está gobernada por la gastronomía: pues el llanto del recién nacido llama al pecho que lo amamanta, y el moribundo todavía recibe con cierto placer la pócima suprema que por desgracia ya no puede digerir. También se ocupa la gastronomía de la jerarquías sociales, porque [...] dirige los banquetes de Soberanos reunidos [...]”, Brillat-Savarin, 2010:58-59).

Con semejante punto de vista no es de extrañar que Brillat-Savarin quisiera dejar constancia por escrito de lo que entendía por gastronomía.

Sin embargo, es cierto que la obra *Fisiología del gusto* resulta bastante excluyente, pues su autor se permite asegurar que un gastrónomo, que por extensión ha de ser la persona dedicada a la gastronomía de manera profesional o aficionada pero con desmesurada devoción, aun queriendo serlo no lo consigue porque son tan elevadas sus características y cualidades que pocos las poseen. Tenía razón el autor que dio vida al peculiar Carvalho y que fue precursor de la literatura policíaca y gastronómica, ahora renacida y adjetivada como ‘gastrocanalla’<sup>159</sup>. Vázquez Montalbán, al escribir su obra *Contra los gourmets* tomaba posición en el frente plural y plebeyo del comensal español huyendo de clases privilegiadas. Hoy sabemos que el gusto se desarrolla, se aprende, se entrena; ahora bien, la cultura de la alimentación y por extensión su lado más culto, en el

---

<sup>159</sup> Corriente de escritores y periodistas cuya visión de la gastronomía no se limita a lo tradicional sino que rozan lo atrevido cuando no la absoluta transgresión. También se aplica a algunos de los escritores de novela negra cuya argumentación tiene que ver con lo gastronómico, o en cuya trama se incluye con abundancia de matices la temática gastronómica.

que con frecuencia se incluye también lo más sofisticado o espectacular, se traduce en verdadero interés por todos sus contenidos, y también es susceptible de aprendizaje y estudio así como de atender a platos o platillos menores.

Esta cuestión no responde a posiciones o dones, muy al contrario tiene que ver con el individuo, con la formación que recibe y con sus intereses intelectuales y culturales, los cuales, en relación con la gastronomía, deben ser interiorizados tras ser estudiados y disfrutados, (experimentados, sin duda la mejor parte), rasgo que sí parece que tenga que ver con una auténtica filosofía del gusto (y por extensión de la vida). Al fin y al cabo, nadie nace sabiendo y el conocimiento gastronómico es la consecuencia lógica de la observación y el estudio de esta materia en toda su acepción que como vemos es amplia. Parte de lo anterior ha sido reclamado por estudiosos e intelectuales, pero con acierto y de manera oficial, lo ha sido a instancias de la Real Academia de Gastronomía y la Fundación Española de la Nutrición ante la Comisión de Cultura del Parlamento Europeo<sup>160</sup>.



De izquierda a derecha: Jaime Mayor Oreja, Valentín Fuster, Rafael Ansón, Íñigo Méndez de Vigo, Santiago Fisas Carlos Sainz \* y Gregorio Varela Moreiras. Imagen <http://zainduzaitez.com>.

Llegamos así a esta crucial iniciativa que nos reafirma en la importancia creciente que la gastronomía está adquiriendo en la actualidad. Con este informe, que

<sup>160</sup> Aunque este subcapítulo ha precisado revisión al objeto de introducir las últimas novedades que sobre definiciones atañen a la gastronomía, el grueso de redacción y sus ideas subyacentes se corresponden con el trabajo de fin de Máster presentado por la autora el 27 de junio de 2012 en la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM, siendo miembros del Tribunal: María Jesús Casals Carro, Joaquín Aguirre y José Ignacio Población. En dicho trabajo se reclamaba la conexión cultural de la gastronomía y se reclamaba su inclusión como materia educativa.

bajo el título *Patrimonio Gastronómico Europeo: aspectos culturales y educativos*<sup>161</sup> fue presentado por el Grupo Parlamentario Popular, defendido por Santiago Fisas Ayxela - Secretario de Estado para la Unión Europea- ante el Parlamento Europeo y aprobado el 12 de marzo de 2014, España y la Unión Europea da un paso definitivo, firme, en la conexión cultural de la gastronomía y su importancia para el correcto desarrollo de los individuos. El texto fue elaborado en colaboración por la Real Academia de Gastronomía y la Fundación Española de la Nutrición, de cuyos máximos representantes, Rafael Ansón y Gregorio Varela, respectivamente, partió la idea original<sup>162</sup>.

Aprobado por mayoría<sup>163</sup> se trata del primer informe sobre gastronomía y nutrición presentado en el Parlamento Europeo que incide en los aspectos culturales y educativos en torno a la comida. Si en la educación encontramos el pilar de las personas, de formación y comportamientos, es en la comida donde observar una parte del patrimonio de los pueblos que se encuentra en el consumo de sus alimentos.

Meses más tarde, tras la firma del acuerdo, nuestro gobierno, a través de los ministerios de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente; Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad; y Asuntos Exteriores y Cooperación, firmaba el 29 de julio del mismo año, un convenio de colaboración en materia de educación, alimentación y gastronomía con la Real Academia de Gastronomía<sup>164</sup>, en cuyo texto quedaban establecidas las bases con las que dar inicio a una serie de actuaciones destinadas a difundir conocimientos esenciales sobre alimentación, salud y diversidad de la cultura gastronómica de España y Europa en colegios y universidades. Actuaciones que persiguen la correcta alimentación, sana y variada, con la que corregir hábitos y conductas, transmitir la relevancia de la alimentación y la cultura que engloba, así como para comenzar a reducir uno de los

---

<sup>161</sup> Informe de Iniciativa del Parlamento Europeo sobre el Patrimonio Gastronómico Europeo: Aspectos Culturales y Educativos Web Parlamento Europeo. [Consulta 03-08-2014].

<sup>162</sup> Imagen superior. El piloto Carlos Sainz acudió para anexas su apoyo y demostrar con su ejemplo que más allá del deporte, es la práctica de ejercicio regular como base junto a la correcta nutrición los que proporcionan un estilo de vida saludable.

<sup>163</sup> Informe de iniciativa de la Comisión de Cultura y Educación: 530 votos a favor, 74 en contra y 14 abstenciones. Votación final del comité: 19 votos a favor, 0 en contra, 0 abstenciones.

<sup>164</sup> Acceso al convenio completo: <http://www.magrama.gob.es/es/prensa/noticias/isabel-garc%C3%ADa-tejerina-nuestra-oferta-gastron%C3%B3mica-aporta-valores-clave-como-creatividad-innovaci%C3%B3n-calidad-y-variedad/tcm7-338413-16> [Consulta 03-08-2014]

males que aquejan a las sociedades modernas: la obesidad infantil que en nuestro país afecta a un 26,2% de la población de entre 6 y 9 años<sup>165</sup>.

Con esta resolución se daba así un paso adelante en la persecución de una regulación europea que permite el desarrollo de políticas para la educación en gastronomía y nutrición, además de proteger y difundir el patrimonio común de la cultura gastronómica europea.

Es en sus epígrafes R y S, incluidos en el capítulo relativo a los aspectos culturales, donde encontramos una novedosa definición de gastronomía:

“Conjunto de conocimientos, experiencias, artes y artesanías que permiten comer saludable y placenteramente, y una parte fundamental de nuestra identidad y elementos esencial del patrimonio cultural europeo”<sup>166</sup>.

Su novedosa aportación radica, en primer lugar, en la unión entre alimentación y salud con placer; unión completamente ajena a cuantas definiciones anteriores se han registrado. Tanto la Organización Mundial de la Salud (OMS) como la Organización Panamericana de Salud (OPS) definen la salud, "no como la ausencia de enfermedad, sino como un estado de completo bienestar biológico, psíquico, social y ambiental que permite al ser humano una mejor calidad de vida"<sup>167</sup>. Y es en la calidad de vida donde la alimentación, entre otros aspectos, juega un papel determinante. Y en segundo lugar en añadir el vocablo “identidad”, dejando claro la realidad de características y personalidad, y por tanto, identificables, propias de cada pueblo.

Así que con gran satisfacción encuentro en el texto anterior reconocidos los aspectos relativos a la cultura y la educación que están presentes en el hecho gastronómico y que hasta la fecha habían permanecido ausentes de sus definiciones.

---

<sup>165</sup> Dato extraído del estudio ALADINO, Estudio de prevalencia de la obesidad infantil (Alimentación, Actividad física, Desarrollo Infantil y Obesidad). Disponible en <http://www.naos.aesan.msssi.gob.es/naos/investigacion/aladino/>. [Consulta 01-10-2014].

<sup>166</sup> Informe de Iniciativa del Parlamento Europeo sobre el Patrimonio Gastronómico Europeo: Aspectos Culturales y Educativos. Web Parlamento Europeo. [Consulta 03-08-2014].

<sup>167</sup> *La gastronomía: una mirada transversal y un conocimiento transdisciplinario*. Ocarina Castillo D'imperio y Ernesto González Enders, Universidad Central de Venezuela, (UCV), pp. 1.

La última definición sobre gastronomía aparecida en España es, cuando escribo estas líneas, apenas un bebé. Nace de la resolución anterior y se incluye entre los términos del Diccionario de la Real Academia de Gastronomía en colaboración con la editorial Lid, entre cuyos autores me encuentro y al que todavía resta algún tiempo para dar por terminado su titánica labor.

En dicho diccionario el término gastronomía queda aún más acotado y sobre todo adquiere un carácter universal: "Conjunto de conocimientos, artes y artesanías relacionadas con distintos aspectos de la alimentación, que conducen a que la alimentación sea saludable y deleitosa. Cultura de la alimentación"<sup>168</sup>. Sobre el término cultura en relación con la alimentación y la gastronomía, volveré más adelante, quedémonos ahora con la idea de que cualquier pueblo, independientemente de su desarrollo, puede reconocerse en la definición anterior. Sin duda, en pleno siglo XXI hemos conseguido evolucionar la cuestión de la, durante muchos años, imprecisa definición.

---

<sup>168</sup> Los primeros términos aparecieron publicados online en febrero de 2015 en la web: <http://terminosgastronicos.com/> y en el desarrollo de los mismos he participado como co-autora.



### 2.1.3 Qué es un gastrónomo

*“Piensa, cree, sueña y atrévete”.*

**Walt Disney**

Nos ocupamos ahora de aquellos que por deducción deben ser los que se dedican a la gastronomía, aunque veremos que no sólo hay que dedicarse, o que no sólo los que la practican profesionalmente son sus únicos integrantes. Sus particularidades están conectadas con una filosofía de vida y una determinada manera de disfrutar la misma a través del alimento, lo cual, evidentemente, está al alcance de cualquiera. Sin embargo, o escrito lo anterior, hay que citar dos requisitos o condiciones *sine qua non*: consciencia y conocimiento.

El *Larousse Gastronomique* denomina gastrónomo a la persona “auténtica” que “estima las producciones refinadas del arte culinario, pero sólo apela a ellas con moderación. Busca a diario las preparaciones más simples, que son las más difíciles de realizar a la perfección”. Se trata de una definición que se aviene a su época y en la que encontramos dos apreciaciones interesantes: la moderación y la estimación (respeto y observación minuciosa) sobre el alimento que se ingiere.

A veces, encontramos como sinónimos de gastrónomo las palabras ‘*gourmand*’ y ‘*gourmet*’. En realidad, cada una de ellas encierra sus matices, y si un gastrónomo aprecia la comida pero come con moderación y se interroga sobre su procedencia, elaboración y posibilidades, el ‘*gourmand*’ es tan sólo un goloso o un glotón; es decir, una persona que más allá de estimar en lo que vale lo que come, se centra únicamente en su sabor, deleitándose y disfrutando de la comida con cada mordisco, pues para él esa sería su principal finalidad. El ‘*gourmet*’ en cambio, es el gastrónomo sibarita, un *dégustateur* para el que la calidad de la comida es fundamental<sup>169</sup> y, como tal, la aprecia. No obstante, sea gastrónomo, *gourmet* o *gourmand* es evidente que todos mantienen el nexo común de la afición por la comida, independientemente de la nobleza de su impulso.

---

<sup>169</sup> Definiciones extraídas del Grand Diccionario Español-Francés, Larousse (2004). Barcelona, Spes Editorial.



Dicho esto, acudimos a nuestros diccionarios. El Diccionario de Uso del Español María Moliner indica que el gastrónomo es la “persona aficionada a comer bien o experta en gastronomía”. Y el diccionario de la lengua de la Real Academia Española, en cuanto al gastrónomo se refiere, señala que es la “persona entendida en gastronomía. Persona aficionada a las mesas opíparas”.

De estas descripciones que nos dicen que el gastrónomo es una “persona aficionada a comer bien” además de una “persona aficionada a las mesas opíparas” podríamos extraer la conclusión de que a cualquiera que le guste comer y se siente ante una mesa copiosa, es ya, por definición, un gastrónomo, y sin embargo no todo el mundo come con la misma afición o el mismo interés. Y no sólo en comer consiste ser gastrónomo, porque puestos a admitir estas definiciones un gastrónomo no es más que un descarado comilón. Describir al gastrónomo como la persona aficionada a comer bien, como señaló el periodista y escritor Manuel Vázquez Montalbán es realizar “una definición generalizadora e inútil” (Vázquez, 2007:12), que no precisa nada.



Picnic. Fernando Botero, 1993.

Como sabemos deglutir puede ser un acto mecánico que responde a una finalidad trivial, o por el contrario, puede constituir un acto placentero que es elevado a su máxima expresión filosófica e intelectual cuando a esa deglución se le añade inteligencia y pasamos por tanto a la degustación, cada trago o bocado, añadiendo así el intelecto y la consciencia. En definitiva, gozar de la comida a través del conocimiento de los aromas y el sabor. Nada nuevo bajo el sol, pues la riqueza de nuestro particular paso por el mundo, depende del matiz que escogemos para observarlo, para apreciarlo, lo que sin duda nos determinará también como individuos.

Comer es algo más que una necesidad cuando bocado a bocado nos interrogamos sobre la procedencia de los alimentos, o sobre sus propiedades y variedades, sus características, aromas, texturas y sabores; cuando intuimos el proceso que transforma el alimento así como cuando imaginamos el resto de posibilidades en las que podría haberse hecho; cuando indagamos sobre la genialidad de la persona que lo elabora; o cuando nos sorprenden los pensamientos sobre quienes comieron ese alimento antes que nosotros, o cómo y bajo qué circunstancia el hombre fue llevado a descubrir y probar ese alimento y su sabor. Regresamos por tanto al ya mencionado diccionario de la Real Academia de Gastronomía, donde el término gastrónomo se define como "experto en gastronomía, conocedor de todo lo referente a la alimentación humana y al arte de elaborar y saborear una buena comida"<sup>170</sup>. En esta definición la palabra "conocedor" resulta crucial porque donde hay conocimiento a la fuerza tiene que haber tradición en su sentido categórico, plural y cultural. Ese "conocedor" resulta determinante porque los términos gastronomía y gastrónomo han resultado complejos o difíciles debido a su afán o interés diferenciador entre clases. En su definición de ser humano Aristóteles atribuye al logos, una de sus cualidades, la capacidad representar el mundo a través del pensamiento y la palabra o el lenguaje. Somos pues logos, inteligencia y reflexión. Y lo somos por naturaleza, sin excepción (al menos deberíamos serlo). Sin ambas cualidades, la gastronomía libre y universal sería inconsciente nutrición, lo que en realidad, admitimos como vía de supervivencia, que no es poco.

---

<sup>170</sup> Disponible en: <http://terminosgastronomicos.com/> .

La gastronomía, "lo gastronómico", ha permanecido, hasta ahora, bajo mayores o menores nebulosas, por la sencilla razón de que en la misma se encierran miles de años de experiencia (en los que están presentes el error como parte fundamental del aprendizaje) difíciles de aglutinar. Y en este término permanece implícito la vertiente cultural, la palabra cultura, ligada siempre que hablamos de gastronomía, al mundo de las sensaciones, las emociones y sus interpretaciones y conexiones, que como tales, ampliar su espectro de concepción, pero sobre todo la hacen libre.

Por eso debemos reclamarlo a pie de calle como patrimonio común, como se ha hecho desde el Parlamento Europeo. Debemos hacerlo extensible a cualquier persona interesada en la cultura de la alimentación y su estudio. Si la gastronomía tiene que ver con la curiosidad del paladar, y es el paladar el que suscita emociones, cualquier persona que haga del acto de comer y todo lo que le rodea un hábito consciente y decidido, en el que el conocimiento sea determinante porque con él amplía dos satisfacciones<sup>171</sup>, intelectual y gustativa, esa persona entonces, estará transformando su experiencia en una suerte de felicidad que trasciende la mesa. ¿Qué hay más gastronómico que este hecho?

Con todo debemos matizar una cosa. Como indica el *Larousse Gastronomique*, y como sugiere el informe sobre *Patrimonio Gastronómico Europeo: aspectos culturales y educativos*<sup>172</sup> esta afición por la comida y su consumo ha de ser moderado: no se trata de comer por comer sino de comer adecuadamente, apreciando y disfrutando cada elaboración, cada plato, y de hacerlo, además, saludablemente. De no ser así estaríamos ante un claro caso de incontinencia del paladar, cuando no ante el 'síndrome del gourmand'<sup>173</sup>, patología descubierta por los investigadores M. Regard y T. Landis en 1997, y que hace referencia a un irrefrenable deseo de comprar, cocinar e ingerir alimentos exquisitos y platos muy sofisticados; lo que por otro lado cada día suena menos raro pues este boom gastronómico actual está acelerando las conductas.

---

<sup>171</sup> Saber qué se come, cómo ha llegado hasta aquí, qué procesos o metamorfosis ha sufrido, qué me transmite, qué me suscita, cuál es el nivel de intensidad que su degustación me suscita, hacia que rincón de mi memoria personal y gustativa me conduce, etc.

<sup>172</sup> Informe de Iniciativa del Parlamento Europeo sobre el Patrimonio Gastronómico Europeo: Aspectos Culturales y Educativos Web Parlamento Europeo. [Consulta 03-08-2014].

<sup>173</sup> <http://www.neurology.org/content/48/5/1185>, consulta realizada el 24 de abril de 2015.

En cualquier caso, vemos como establecer fronteras en lo que atañe a la comida y la alimentación conlleva limitaciones, lo cual no sorprende; resulta lógico porque al definir de algún modo cercenamos, y si en lo académico es fundamental, en la cocina y sus rituales restan libertad. Sin embargo, la ciencia precisa avanzar y resulta conveniente reflexionar para tratar de explicar cómo el gastrónomo, cómo lo gastronómico, bien definidos, ofrecen respuestas a uno de los ámbitos de la cultura de nuestro mundo en una materia más de moda que nunca.

Así que dejando de lado la descripción de un individuo durante años rodeado de pomposidad, debemos prestar atención a la nueva descripción que sobre el mismo se hace en el nuevo Diccionario de la Real Academia de Gastronomía ("experto en gastronomía, conocedor de todo lo referente a la alimentación humana y al arte de elaborar y saborear una buena comida") pero no porque pretenda finalizarla ahí. Sino con la pretensión de extenderla o ponerla en consonancia con la afición más trivial que de cualquier amante de la comida se espera: 1) comer adoptando ante cualquier plato un estado mental que va más allá de lo meramente nutritivo; 2) mostrar y demostrar respeto y entusiasmo por los alimentos, su historia y la de todos aquellos que la acompañan y divulgan, en cualquiera de sus aspectos (manifestaciones literarias, artísticas, culturales...), porque forman parte de ella y como tal han de valorarse; y, 3) deleitarse con el acto de comer y derrochar afición por el gusto, no conformarse y querer ir a más con cada bocado que pasará a ser un registro de su particular mapa multisensorial. El objetivo del gastrónomo o gastronoma debiera ser el del continuo aprendizaje personal (gustativo y práctico) más que la exhibición constante a la que tan acostumbrados estamos; sin pretender intimidar y con espíritu de divulgar, de compartir, presuponiendo así espíritu democrático y generoso, abierto y plural.

Respecto al primer punto, se trata a día de hoy, afortunadamente, de un acto democratizado, al menos en lo que atañe a las sociedades desarrolladas que sin embargo presentan desigualdades (asignatura pendiente, sin duda).

Sobre el interés y el deseo de aprender el origen de los alimentos, el momento y las circunstancias de su descubrimiento así como toda la cultura a la que da lugar, sólo cabe añadir que es un rasgo fundamental que ha de tenerse en cuenta, junto al respeto

por el planeta y sus recursos, al producto y su productor, al cocinero, personal de sala y demás comensales.

La estética y el entorno también tienen que acompañar y de hecho acompañan como demuestran legados artísticos, vajillas y protocolos a los cuales debemos igualmente respeto y observación; así como a rituales y modales, estos últimos siempre exigibles.

Los conocimientos sobre la materia con las que el goce cobra otra dimensión van almacenándose con la experiencia, visión que debe corresponderse con una mentalidad abierta, la innovación, el arte al que da lugar o en el que se inserta como excusa, accesorio o ente protagonista; la afición, el gusto por la conversación y una buena mesa cierran este círculo de características deseables.



*Pepinos y tomates.* Luis Egidio Menéndez 1716-1780.

Los puntos comunes e imprescindibles que podemos adjudicar al gastrónomo o gastronoma son el interés y el disfrute por la mesa, las bebidas y los alimentos, en todas

y cada una de sus múltiples facetas, que no es poco; y siempre sin pretensiones dominantes.

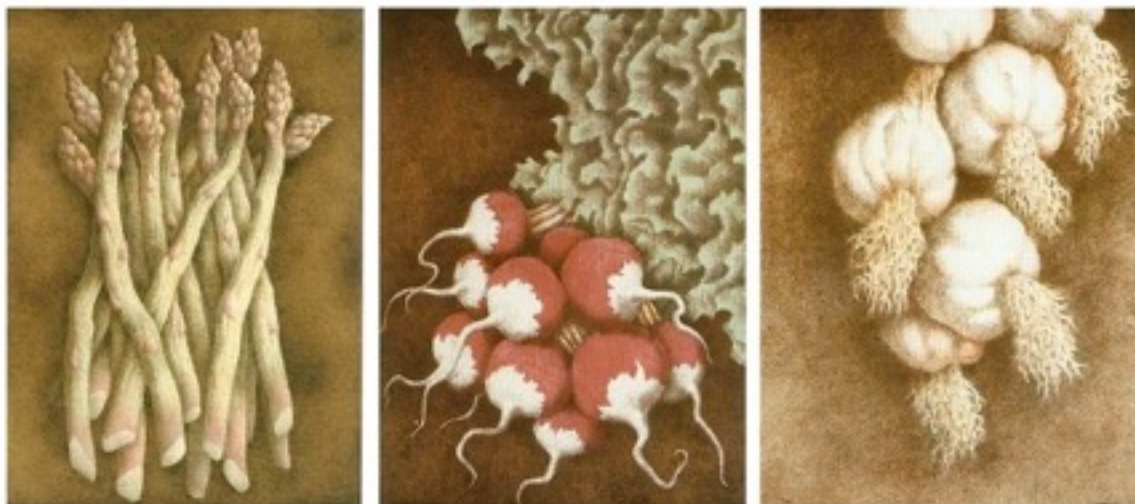
No cabe sino finalizar este capítulo, reconociendo el patrimonio cultural y libre que en torno a la comida y los alimentos gira a nuestro alrededor y al que sólo basta acercarse para darse cuenta de sus posibilidades. La gastronomía es una disciplina generosa, abierta a todo el que quiera observarla y practicarla.





## 2. 2 Gastronomía y Cultura

### 2.2.1 De la comida como cultura



Espárragos, rábanos y ajos. John Ulbricht. S. XX (1978, aprox.)

Hasta aquí he señalado la importancia de los términos y las relaciones del hombre en torno a la comida desde sus orígenes. He explicado la relevancia de la evolución del término gastronomía y he tratado de explicar mi visión particular sobre lo que no es más que una etiqueta, la de gastrónomo (o gastronoma) secuestrada o excluyente durante décadas por prejuicios, apropiaciones de clase pomposa y elitista, difícil accesibilidad para el conjunto de la sociedad, o falta de conocimientos para comprender su verdadera magnitud. He venido a señalar también la asociación entre comida y cultura sin explicar hasta ahora en profundidad sus porqués.

Uno de los intelectuales contemporáneos, responsable de llamarnos la atención sobre la comida como hecho cultural es el historiador *imolesi* Massimo Montanari. Su reflexión sobre la comida, actividad cotidiana e imprescindible para la vida, generó una suerte de interrogantes sobre el hombre y su relación con la alimentación cuyo punto de partida, en apariencia menor, reveló mayor enjundia o significación. De hecho, continúa siendo materia constante de estudio u observación. Montanari, en su obra titulada *La comida como cultura* (Montanari, 2006), ahonda en la experiencia humana con la comida y los valores que a la misma le son atribuidos.



Con anterioridad estas páginas llamaban la atención sobre la idea de una supuesta naturalidad de la comida que había sido aceptada en su relación con el ser humano desde tiempos remotos, desde el origen de la vida humana. No cabe duda de que comer es un acto natural que se debe, en primer lugar, a una necesidad fisiológica, pero también biológica y psicológica (Cruz, 2002).

Sin embargo, no debemos caer en el error de trasvasar el significado de un acto reflejo o de un impulso natural, sobre el cual tenemos escaso control, con la actividad propia generada por la comida y el acto de comer, acciones en las que se incluyen la elección de lo que se come, cuándo se come, cómo se come y con quién se come. Dicha actividad no es natural, aunque proceda de una necesidad involuntaria, dado que se ve alterada de forma inmediata en cuanto padece la manipulación directa del hombre (como demostró la obra de Faustino Cordón).

Al decir esto aceptamos que la intervención del hombre en la naturaleza acarrea consecuencias en forma de alteración de los elementos que le rodean, lo que por otro lado es evidente. Desde sus orígenes, el hombre remodeló la vida que en un principio la naturaleza le había asignado, añadiéndole nuevas características a través de la domesticación del territorio, la transformación y manipulación del entorno y la comida, y la reinterpretación de lo que esto supone sobre la naturaleza. Lo que deja su huella en todos y cada uno de los aspectos de la actividad humana, donde la cocina es una actividad más. De tal modo que las pruebas de esa constante incursión en la naturaleza se hallan o están presentes en la construcción de modelos de sociedad, con todos sus valores, mitos y normas (Lévi-Strauss, 1968), sobre las que giran todas las demás formas de organización interna, así como la gestión de los recursos del planeta con los que les da continuidad.



Es precisamente esa reinterpretación la que nos conduce hacia el concepto de cultura de la actividad humana, cuyos construcción y desarrollo se debe a la asimilación de un largo proceso de experiencias, de avances y retrocesos. En cuanto a la comida se refiere, ésta se transforma en cultura cuando se produce de forma deliberada siguiendo una serie de patrones aceptados, continuados y mejorados por mediación de la experiencia y la innovación. La comida es cultura cuando decidimos elaborar los alimentos, transformarlos mediante una serie de técnicas de cocina y de combinación de alimentos igualmente aprehendidas a base de prueba y error; un saber que ha sido transmitido y transformado en forma de conocimiento. Finalmente, la comida se convierte en un acto cultural cuando se consume conscientemente siguiendo una suerte de rituales, que dan respuesta a diferentes situaciones y contextos: sólo el hombre “elige su propia comida con criterios ligados ya sea a la dimensión económica y nutritiva del gesto o a los valores simbólicos de la misma comida”, (Montanari, 2006:9). De este modo, “la comida se configura como un elemento decisivo de la identidad humana”, (Montanari, 2006:10).

Basta con echar la vista atrás, hacia el origen de nuestra especie, para darnos cuenta de que el hombre estuvo llamado a entenderse con la naturaleza si ansiaba prosperar. De no ser así ninguno de nosotros estaría ahora sobre la Tierra. Juan Luis Arsuaga, Catedrático de Paleontología de la Universidad Complutense de Madrid que formó parte activa del equipo de investigación que inició las excavaciones en Atapuerca (Burgos), lugar al que debemos el extraordinario hallazgo del cráneo humano más completo de la humanidad hasta el momento, siempre ha manifestado su sorpresa por la perseverancia de la vida humana. Contra todo pronóstico, la escasa población humana del pleistoceno, -como demuestran los restos hallados- no sólo consiguió vencer cualquier contratiempo -viniese de la inclemencia de la naturaleza, de la amenaza animal o de la enfermedad- sino que, progresivamente, fue ampliando el número de sus miembros. Este es nuestro punto de partida, el punto por el cual debemos comenzar a analizar la relación del hombre con la comida y ver como dicha relación es completamente diferente a la que comporta cualquier otra especie animal.

El aumento de población humana hizo necesario el abastecimiento artificial que, con el devenir de los años, dio lugar a la agricultura y el pastoreo. Este cambio resultará

decisivo ya que supondrá el control del hombre sobre el territorio, la alimentación y su uso, consumo y manipulación. Se conquistan nuevos espacios donde se producen cultivos que nacen fruto de una necesidad dado que la caza y la recolección ya no serán suficientes para alimentar a la creciente población. El hombre se construye a sí mismo y pasa a ser dueño del espacio, puede ejercer cierto control, con lo que se aleja de la naturaleza (entendida como un entorno que permanece por siempre virgen, sin intrusión, en el cual el ser humano vaga sin objetivos) en el que la producción de cereales<sup>174</sup> va a ser crucial. Con este acto el hombre se civiliza.

Este hombre civilizado construye artificialmente su comida; acción que supondrá la división entre vida animal y salvaje. Y, aunque en sus orígenes emplee una tecnología rudimentaria, esta innovación alejada de la tradición (de lo que se transmite generacionalmente como único método conocido) modifica la posición del hombre con respecto a la naturaleza. Y aquí hallamos otra evidencia cultural: “Lo que llamamos cultura se encuentra en el punto de intersección entre la tradición y la innovación”, (Montanari, 2006:15).

La cultura está también presente en los elementos de la naturaleza, de los que el hombre se sirve para construir su alimento, y como tales se han plasmado en odas mitológicas, escritos religiosos y textos literarios en los que animales y plantas están presentes desde la etapa clásica hasta nuestra actualidad. El Edén bíblico donde la vida fluye, la naturaleza se desborda y jamás falta el alimento, tiene su equivalente en el Jauja medieval, tierra de ensueño y origen de la simbología litúrgica que ha llegado hasta nuestros días a través de múltiples escritos (Montanari, 2006:19). Muchos de ellos siguen vigentes como el empleo de pan y vino en la escenificación ritual católica, o el uso del aceite en el contexto ortodoxo.

Este hecho singular y cultural, camina parejo en distintas sociedades, donde además la cocina y la gastronomía se han convertido, a día de hoy, en fuente de diversos estudios que establecen a su vez nuevas conexiones con otras actividades humanas.

---

<sup>174</sup> Es un hecho reconocido que en torno al cultivo de los cereales se organizan las primeras sociedades con su ideario cultural, que evolucionarán con el tiempo hasta establecer relaciones económicas y sociales, también formas de poder político así como rituales religiosos ligados a la temporalidad o la estacionalidad de los productos.

Por otro lado, cuando la unión de dos modelos de vida antiguos, el germánico o bárbaro (basado en la recolección, la caza y el pastoreo) y la tradición griego-romana (fundada sobre la base de la agricultura) se fusionan tras la caída del Imperio Romano; la conquista germana da origen al recorrido que culmina en la etapa de la Edad Media



Mosaico romano

generando el nacimiento de una cultura alimenticia nueva que aún nos resulta familiar por ser base de la nuestra, la europea, donde se aprovecha, y se practican conjuntamente, la actividad agrícola con la provisión de alimentos que se hallan en los bosques, adquiridos mediante la caza.

Esa relación entre la naturaleza y la cultura aparece igualmente a través del tiempo con la importancia de la estacionalidad, el ciclo natural de las estaciones y los productos alimenticios a

los que da lugar. Los rituales siempre han respondido a la necesidad de los hombres de armonizar una buena cosecha -con el deseo de mejorar la fertilidad de la tierra-. Este deseo de control ha llegado hasta nuestros días con los avances científicos y técnicos que no sólo atañen a la climatología y las plagas sino que se extienden hasta el interior de los productos, los cuales pueden ser modificados genéticamente para hacer las variedades existentes más resistentes (porque van a ser cultivadas en espacios que no le son propios), o corregir sus defectos, casi siempre ante los ojos del ser humano, no de la naturaleza. Es ésta una cuestión que tiene que ver con el empeñamiento de disponer de un mercado productivo activo todo el año al margen de la temporalidad natural de las variedades hortofrutícolas y ciclos naturales de cría o pesca, absolutamente controlados en granjas y piscifactorías. Incluso puede dar origen a nuevas variedades vegetales, por ejemplo, a través de manipulaciones genéticas e injertos.

Pero sin tener que recurrir a la ciencia de la ingeniería genética, el hombre, en su necesidad de garantizarse el alimento, ha desarrollado técnicas de conservación de

productos más allá de su ciclo natural de crecimiento. Salmueras, salazones, encurtidos, mermeladas... Fueron en su momento grandes innovaciones que dieron respuesta a una necesidad concreta. La preocupación por alimentarse está ligada al propio concepto de la vida dado que sin alimento no es posible la vida. Ya en la Grecia clásica Aristóteles aplicaba técnicas selladoras: aconsejaba envolver las



Ilustración de Andrea Joseph.

manzanas en una capa de arcilla (Montanari, 2006:21) como fórmula de conservación; y tras este método vendrían el sacado al sol, el ahumado y la salazón, demostrando así el ingenio humano. El '*garum*', que hoy algunos han recuperado, no es más que otra demostración de ese ingenio antiguo. Fue el condimento más empleado por griegos y romanos hasta el punto de que no existe prácticamente libro alguno (pasado o presente) en el que este aderezo no salga a relucir. Elaborado con vísceras y trozos de pescado en salmuera que se dejaba macerar y al que se le añadían hierbas aromáticas, debía ser un alimento de olor y sabor fuertes, por lo que con frecuencia formaba parte de los ingredientes contenidos en las recetas de la época además de emplearse como condimento en la mesa. Hasta el sociólogo Girolamo Sineri ha dicho en referencia a la conserva, tal y como la conocemos hoy, que es "ansia en estado puro", (Montanari 2006:21) cuya prestancia se reproduce o manifiesta al destapar y encontrar un alimento listo para el consumo.

Para Montanari también es síntoma de esperanza porque con esta técnica expresamos el deseo de alimentarnos en el futuro.

Vemos también con claridad el componente cultural de los alimentos cuando comprobamos que el gusto o la afición por lo salado se corresponde con los estratos sociales más bajos, estableciéndose así una interesante relación. Salar los alimentos permitía su conservación y quienes más salaban eran los colectivos que pertenecían a las economías rurales. Las técnicas que empleaban vinagre, aceite, miel o azúcar, ingredientes selectos presentes en la cocina típica del medievo, estaban destinadas a las élites que habitaban o frecuentaban los castillos por tratarse entonces de aderezos

selectos. Quesos (de los que continuamos especulando sobre su procedencia, “ni tan siquiera en la Biblia, en la que son tan abundantes las citas gastronómicas, se da referencia de este derivado de la leche”<sup>175</sup>), así como embutidos y jamones son igualmente fruto de invenciones extraordinarias. El conocimiento aplicado a la cocina tiene mil correspondencias culturales y es en las técnicas de conservación donde se esconde una de las más trascendentales: la idea de conservación responde a la necesidad y la pobreza, pero evoluciona como técnica y da origen a productos *delicatessen*, como el *marrón glacé* siempre asociado a las mesas de lujo y poder.

Otro aspecto que no podemos pasar por alto es el hecho de que las rutas comerciales, con sus luchas territoriales por el control de las riquezas, dieron lugar a la esclavitud pero también a la expansión de productos por todo el mundo. Nuestra ‘aldea global’<sup>176</sup> comenzó a forjarse hace siglos, y durante años fue motivo de distinción servir y regar la mesa con productos exóticos y lejanos, cuyo uso introdujo pautas de actuación y maneras de elaborar los alimentos; en pocas palabras, las rutas comerciales incrementaron la cultura culinaria existente y, en ocasiones, la modificó marcando la diferencia entre clases sociales. Dónde, si no es en una buena mesa, podemos encontrar mayores evidencias de la existencia entre clases dominantes y subordinadas (Montanari, 2006:25).

En cuanto a la contemplación directa sobre el gran abanico de alimentos de los que disponemos, encontramos una distinción que también nos dirige la mirada hacia la cultura: la diferencia entre lo crudo y lo cocido, su contrapunto, su división (Lévi-Strauss, 1968). Lo crudo se corresponde con la naturaleza en su estado más puro, lo cocido pasa inevitablemente por la acción del hombre. El fuego y su control son un magnífico ejemplo de dominio y superioridad cultural de los hombres (aunque la mitología griega culpe a Prometeo de desvelar su descubrimiento a los hombres tras haberlo robado del taller de los dioses). El fuego será, además, fundamental para el comienzo de la civilización humana. Tras el descubrimiento del fuego el siguiente paso es su aplicación a los alimentos; llegamos pues al descubrimiento de la cocina. Aunque al principio esta

<sup>175</sup> Quesos, reportaje de Emilio Matutes para la revista *Club de Gourmets*, nº 20, noviembre de 1977.

<sup>176</sup> Término acuñado por Marshall McLuhan en la década de los años sesenta del siglo XX.



cocina se base en asados, en cuanto el hombre dispone de recipientes, y por tanto puede aplicarles la cocción, el ‘arte culinario’ se habrá creado. Al principio con composiciones simples a las que baste añadir hiervas o frutos secos, raíces o tubérculos, para culminar en nuestros días en la ciencia precisa que es en la actualidad la cocina, tanto la de vanguardia o ‘tecnoemocional’<sup>177</sup> como tradicional, también la postmoderna o viejuna<sup>178</sup>.

Esa cocina compleja (toda cocina bien hecha, aún siendo sencilla, encierra complejidad), en palabras del profesor Jack Goody, se desarrolla o se debe a la existencia de sociedades igualmente complejas, fuertemente jerarquizadas y estatalizadas en las que existe la tradición escrita, (Goody, 1995), en las que se desarrollan distintas literaturas, instrumento a través del cual se difunde, perpetúa y se amplía el conocimiento. Y entre las diferentes literaturas hallamos numerosos tratados de cocina con los que nos ha sido posible reconstruir la alimentación en tiempos que nos quedan ya lejanos. Hoy, por suerte, nuestra historia de la cocina al minuto se construye diariamente gracias al trabajo publicado en periódicos y revistas.

La escritura será también determinante para la cocina porque posibilitará que lo que antes se transmitía oralmente pueda ahora permanecer escrito. Hasta entonces la cocina (técnicas y recetas) se transmitía oralmente, pero al contrario de lo que siempre se ha creído, el autor de *La cocina como cultura* nos demuestra cómo consiguieron dejar huella en la escritura. La memoria escrita es la que permite salvaguardar el conocimiento, y es la herramienta mediante la cual el hombre amplía su saber; es en los trabajos de cocina escritos para las clases altas donde, una vez bien leídos, sus textos dejan ver las características de otras cocinas, más humildes, cuando no pobres. Esta idea es una de las más esclarecedoras de las que arroja Massimo Montaneri en su pequeño pero imprescindible trabajo: que la cultura de la cocina es compartida, que a través de ella conviven las clases altas y las clases bajas; que está construida, y a esto debe su

---

<sup>177</sup> La ‘cocina tecnoemocional’ es una expresión ideada por el gastroperiodista catalán de *El Periódico de Catalunya*, Pau Arenós. Con ella se designa la cocina de vanguardia que despierta las emociones al comensal a través de sus combinaciones y presentaciones en las que la estética juega un papel fundamental.

<sup>178</sup> ‘Comida viejuna’. Expresión de éxito inmediato empleada por el periodista de *El País*, Mikel López Iturriaga (El Comidista), para referirse a esos platos de antaño que estuvieron de moda o que simplemente han dejado de cocinarse por dejadez, desconocimiento, complicación, inversión de tiempo o por la evolución social del sabor.

clasificación, mediante la acumulación de ingredientes simples y nobles; idea que reproduce un año más tarde el Conde de Sert en su obra *El goloso*.

Jugando con estos ingredientes, sobre todo desde el final de la época medieval y durante el Renacimiento así como durante los años posteriores, los productos humildes se utilizan y ennoblecen “haciéndoles participar en un sistema gastronómico y simbólico diferente, como un simple ingrediente de viandaspreciadas (dejando de ser protagonista)”, (Montanari, 2006:38), pero presentes en los platos reales, nobles y burgueses. Montanari se está refiriendo a la inclusión de esos ingredientes sencillos, humildes o menores, que sirven de acompañamiento o guarnición a productos más nobles como carnes, aves o pescados, por ejemplo.



*Bodegón de aves y liebre. Tomás Yepes (1643).*

Por otro lado, la elección de la dieta es otro de los aspectos en los cuales intervienen elementos culturales donde el foco emocional, los sentimientos, se erigen como bandera para adoptar o apostar por determinados comportamientos o estilos de vida cuando no demostrar posicionamiento político frente al consumo o rechazo de los alimentos. Este comportamiento del ser humano se ve con exactitud en la materia que



nos ocupa, la comida y su infinidad de variantes. Todos los alimentos se agrupan bajo el genérico comida, pero no toda la comida se interpreta igual.

En lo crudo, por ejemplo, también existe un componente cultural; cuando alguien se hace vegetariano estricto, apuesta por la comida de la tierra tal cual le es ofrecida por la naturaleza. Este hecho, esta elección, responde a un deseo deliberado y cultural porque elegir lo crudo es apostar por un proyecto de vida personal al margen del que sigue el resto de la humanidad. Tiene además un componente de ascetismo elevado (practicado desde la antigüedad y ligado a la espiritualidad o la meditación).

Claude Lévi-Strauss, en lo referente a la parte que atañe al ensayo titulado *Lo crudo y lo cocido* (Lévi Strauss, 1968), explica como lo asado y lo hervido en el plano simbólico significan cosas distintas en el habitual juego de oposiciones entre cultura y naturaleza, entre lo doméstico y lo salvaje, donde el asado estaría del lado de lo salvaje porque sólo precisa del fuego; en cuanto a la manipulación, ésta es más compleja cuando se halla vinculada al ámbito de lo doméstico. Por no entrar en el interesante juego de géneros, de asunción de roles sociales en los que el varón se ocuparía del fuego (las barbacoas manejadas por el varón son un claro ejemplo, pues el fuego se asocia a la fuerza y el control, al poder<sup>179</sup>) y las mujeres se encargan de la cocción (la olla o el puchero, responde a un principio de seguridad. Es una cocina controlada, alejada del fuego a través de recipientes que permiten la manipulación de alimentos de forma segura- y da pleno sentido a la economía doméstica asociada siempre a la mente de la mujer preocupada porque una comida ‘cunda’ o ‘dé de sí’).

Inmersos en nuestro tiempo encontramos distintos ejemplos ligados a otro tipo de respuesta cultural, como por ejemplo la moda. Para un *gastrovictim*<sup>180</sup> la parafernalia que rodea al alimento es determinante para su elección; al igual que en la sociedad se

<sup>179</sup> Este aspecto está presente en las escenas de caza de la Edad Media, donde los aristócratas medievales cazaban y asaban sus piezas directamente sobre grandes fogatas. También es típico del Antiguo Régimen y su afición por cacerías, tanto en la práctica como en el arte encargado con el que pasar a la historia.

<sup>180</sup> *Gastrovictims*: “Aquellos que se dejan seducir por el último bocado con firma, por el último invento culinario. Los que no soportan que nadie conozca más productos que ellos, más restaurantes, más vinos o más cocineros. Los que reniegan de la croqueta y alaban cualquier espuma por insulsa que sea. Los que siguen los dictados de los críticos sin reflexionar un minuto [...]”. Julia Pérez y José Carlos Capel en *Fashion Food, Diccionario gastronómico del siglo XXI* (2006), Madrid. El País Aguilar.

han detectado conductas propias de *fashion victims* por su relación adictiva con la moda, en el ámbito alimentario con la influencia de publicidad, medios y marketing que han acabado generando un tipo de público que puede manifestar esta conducta.

Sería un público para el que la degustación de un alimento en un local o su adquisición para su consumo en el hogar están estrechamente relacionadas con su aspecto externo y su connotación social más que con sus cualidades nutricionales, incluso con su sabor. Para el denominado *gourmet*, en cambio, priman la calidad, complejidad o exclusividad del producto que además, a través de su consumo, le posicionan intelectual y socialmente; y cuando ese consumo se realiza de manera pública puede añadir el culto a la exhibición ligado a la elección de productos selectos o de lujo en los que se hallan los signos de los registros de las elites señalados por Arjun Appadurai<sup>181</sup>: limitación (en nuestro caso de facilidad de acceso al producto);



complejidad de esa adquisición (o caro, o disponible sólo en determinados establecimientos); la virtud semiótica capaz de señalar complejos mensajes (no es lo mismo comer una ‘chirla’ que una ‘almeja’, como tampoco es lo mismo deleitarse con ‘ostras’ o ‘percebes’ que tapear con unos ‘bígáros’); conocimiento especializado para poder realizar un consumo correcto (educación y protocolo que nos señalan y distinguen); finalmente, esta elección está vinculada con el disfrute o deleite del cuerpo o la persona, indicando además una determinada personalidad (en cuanto a comida se refiere; ésta influye tanto en el cuerpo como en la mentalidad del que ingiere).

El propio gusto es un placer cultural cuyo principal órgano no es la lengua sino el cerebro, capaz de aprender y transmitir una serie de criterios de valoración que han sido y serán distintos en función de las épocas. La definición del gusto forma parte del

<sup>181</sup> Cit. por Mary Douglas en *Estilos de pensar* (1998). Barcelona, Gedisa, col. Antropología, p. 120.

patrimonio cultural de los hombres, y así como existen gustos<sup>182</sup> y predilecciones en cuanto a comida se refiere en diversos pueblos y regiones del mundo, así se transforman los gustos y predilecciones con los usos y desusos en el transcurso del tiempo. Vemos como el gusto está ligado o mantiene una relación espacio-temporal, pero no sólo eso, el gusto también comporta la cognición, la visión y la filosofía que del mundo tienen los individuos.



La ayuda femenina. Albert Anker  
(1831-1910).

Alimentos antaño considerados aptos o positivos, fruto de investigaciones se consideran ahora perniciosos o negativos. Y alimentos que se consumían con fruición han pasado al olvido (un buen ejemplo es la casquería, que vivía sus horas más bajas hasta que llegó el chef Javi Estévez). El gusto y la afición por los alimentos cambian, como cambian las sociedades. Pero el gusto comporta dos acepciones que se complementan y que de nuevo son fruto del acervo cultural de los hombres. El gusto entendido como el sabor, la sensación individual de la lengua y del paladar al ingerir alimentos con sus cinco respuestas (dulce, salado, ácido y amargo, a los que hay que sumar el 'umami'<sup>183</sup>); pero ésta acepción está

sujeta siempre a la experiencia, que resulta además compleja y subjetiva. El otro concepto sobre el gusto es el interpretado como el saber o la valoración sensorial de lo que es bueno o malo, gusta o disgusta; esta es una valoración que proviene del cerebro antes que de la lengua. Desde este último punto de vista, el gusto es una realidad

<sup>182</sup> Sobre la cuestión del gusto volveré más adelante para demostrar como el gusto ha estado dominado o condicionado por la estética e intereses de las clases dominantes. Será en el próximo epígrafe.

<sup>183</sup> Sabor independiente descubierto en 1908 por Kikunae Ikeda. Más que un sabor es una apreciación duradera que se detecta en la parte superior de la lengua. Sensación metálica o mineral en boca típico de las cocinas asiáticas. Algunos alimentos que contienen 'umami' son las carnes rojas, los quesos, las anchoas, los jamones curados, las gambas, las ostras y las patatas, entre otros. Desde 1982 el 'umami', cuya composición es la de un aminoácido, cuenta con su propio organismo de investigación (Umami Information Center).

colectiva y comunicable que procede de la experiencia cultural que se nos transmite desde el nacimiento, (Montanari, 2006:56), momento a partir del cual nos educan y enseñan no sólo a comer sino a saber lo que debemos comer.

Ya anoté que el gusto por lo salado proviene de las cocinas más humildes y como tal se transmite inconscientemente de generación en generación. La comida rápida, que por lo general consumen las clases desfavorecidas debido a su bajo precio, suele ser salada, lo que corrobora una parte de esta idea; la otra idea tendría que ver con la falta de tradición culinaria en los hogares de estos consumidores de *fast food*, así como su mayor o menor carencia cultural en materia alimenticia -aspecto este último que, desde mi punto de vista, es una cuestión independiente al monedero, al menos en buena parte<sup>184</sup>-.

Toda la exposición anterior nos lleva a aceptar sin ningún género de dudas que la cocina es un hecho cultural, y por tanto en ella se encierra cultura, incluso presente en aquellas personas que no demuestran pasión o gusto alguno por los alimentos pues, aunque no lo quieran, también se posicionan. Y, aunque nos queda hablar de la gramática de la comida y de las relaciones directas de la comida con una expresión cultural no exenta de polémica como es el arte, queda claro que los modelos y prácticas alimenticias son el punto de encuentro entre culturas diferentes que, desde distintas partes del mundo, se han intercambiado gracias a la inquietud de los hombres, al movimiento de mercancías y técnicas, también a la difusión de los gustos, última consecuencia del viaje de los productos y su aceptación y asentamiento en otras tierras.

Todo lo que con el tiempo ha rodeado a la cocina ha derivado en el extenso campo de lo gastronómico donde una amplia parcela se corresponde con la cocina que deja, no obstante, espacio para otras disciplinas que, tomando la comida como motivo de estudio o dedicación, amplían su campo de acción, asimilando y trasvasando influencias. Este es el principal motivo por el cual la gastronomía despierta interés en el ser humano. Tanto es así que ha hecho de ella un asunto relevante para la sociedad, una información y

---

<sup>184</sup> Tanto la afición como los conocimientos sobre la cocina y los alimentos proporcionan la base para poder comprar con inteligencia y consecuentemente poder realizar y seguir una dieta sana, rica y variada, sin que sea excesivamente cara. El buen cocinero o la buena cocinera no es aquel o aquella que más gasta, sino que es el que compra con sentido práctico, con inteligencia.

una cultura que se divulga de manera especial a través de las publicaciones especializadas. La revista gastronómica, objetivo principal de esta tesis, ha sido el primero de nuestros medios de expresión que el hombre moderno ha empleado para advertir al resto de lectores, a un público más amplio o menos exclusivo si se prefiere que los tradicionales círculos privilegiados, sobre esa riqueza de forma específica. De ahí mi interés por las mismas: son fuente de información y parte de nuestra historia.

Donde han brillado los textos gastronómicos con asiduidad y frecuencia, además de en importantes libros que a ello se han consagrado, ha sido en los medios de comunicación escritos. Muchos de ellos se han convertido en clásicos para estudiosos e interesados avanzados en lo gastronómico, y como tal, este trabajo se justifica en la recopilación de esas cabeceras que apostaron por este contenido de manera monotemática, con el que elevar la cultura de la alimentación, convirtiéndola en el segundo punto de valor (el primero, por supuesto, es el alimento que es la necesidad humana de cuya evolución parte la conexión cultural) y contribuyendo en muchos de sus contenidos a su divulgación desde el punto de vista cultural. Estas publicaciones que se detallarán más adelante, reclamaban mayor atención a una parcela denostada por el conjunto de la sociedad a la que no llegaba con su máximo esplendor, o reservada para élites. Tanto la alimentación como la gastronomía son esenciales para la vida y nuestra felicidad. Y es precisamente en muchos de estos medios especializados donde las conexiones culturales, vinculadas ya no sólo a lo que contiene la comida, sino a la capacidad de influencia y expresión que son capaces de infundir en otras parcelas del conocimiento.

Una de estas conexiones ha estado (y así permanece) rodeada de cierta polémica por converger en un campo de batalla donde la expresión artística a través de la comida se ha observado con prejuicio, limitaciones o miedo. Arte y gastronomía han convivido desde hace miles de años, sin embargo, esta convivencia se limitaba al lienzo o la escultura. No es hasta bien entrado el siglo XX cuando aparecen las primeras manifestaciones que toman la comida como punto de partida, dando así la vuelta a su papel pasivo o estático para transformarlas en experiencias intelectuales y multisensoriales. A dichas conexiones culturales y artísticas dedicaré los próximos epígrafes.

## 2.2.2 La gastronomía como fuente de transmisión cultural

Analicemos ahora el término cultura y sus diferentes grados de reconocimiento.

Partimos de la concepción aceptada académicamente de aquello que es susceptible de ser incluido en el ámbito cultural. Entendemos la cultura como un acto de comunicación del ser humano independientemente del soporte o disciplina de la que parta; de tal modo que el término cultura, de manera genérica, equivale al producto intelectual de la actividad humana.

Históricamente, la palabra cultura ha estado sujeta a diferentes interpretaciones que respondían más a los intereses o necesidades de diferenciación de los protagonistas de su tiempo. María J. Villa (Villa, 2000) señala que debemos contemplar dos posturas básicas a la hora de evaluar el término: 1) la que parte de la Ilustración en cuyo periodo la cultura servía para designar a un grupo de personas que detentaban el “saber” y el “buen gusto”, es decir, una cultura por definición excluyente en la que los grupos se dividen entre “cultos” e “incultos”, dejando así la cultura y sus procesos en manos de las clases privilegiadas, y, 2) un concepto más amplio y desinteresado que parte de la antropología<sup>185</sup>, la sociología y la semiótica.

Ésta última interpretación, apoyada en sus correspondientes áreas de conocimiento que se han ocupado del término ofreciendo y adaptando su definición, es la que aquí interesa por encima de todo.

Las definiciones que nacen de la antropología conciben la cultura como “el modo de vida de un pueblo” y “el sentir de una comunidad”, es decir, acotando una determinada forma de vida, diferenciándola de otras.

---

<sup>185</sup> De la fobia de Manuel Vázquez Montalbán (MVM) sobre las teorías antropológicas sobre alimentación y gastronomía da buena cuenta Javier Perez Escohotado en su libro *Crítica de la Razón Gastronómica*, p. 94. Este autor da cuenta del pensamiento de MVM, que el mismo sintetizó en la siguiente frase en alusión a ambos campos y sus representantes (sociólogos y antropólogos): “Teorizan con alegría sobre lo humano y lo divino”. Sin embargo, no puedo dejar de advertir al lector sobre la contradicción que el propio Vázquez Montalbán demuestra al atribuir un discurso histórico-social a la cocina popular y su transmisión, lo que sin duda conecta con el patrimonio cultural de los pueblos, aspecto fundamental del campo antropológico; hago este inciso dado que MVM es uno de los autores de referencia citado en esta tesis doctoral. El propio Escohotado también nota esta contradicción y señala que “algunos de sus textos gastronómicos coinciden con algunas conclusiones a las que han llegado los antropólogos”, y cita como ejemplo el famoso triángulo culinario de Lévi-Strauss.



Esa capacidad de interacción entre seres humanos en el conjunto de una sociedad concreta, nos conduce a la necesidad de observar “su cultura” desde una perspectiva amplia. En la misma, cobra sentido hablar de una “cultura popular” en la que el grupo social, su manera de pensar, de sentir, sus conocimientos y la manera de transmisión de los mismos, la conducta, su historia, su legado, sus reglas, etc., dan forma a su idiosincrasia, en la que se incluyen las diferentes cocinas que han dado origen a sus respectivas gastronomías. Es decir, al cúmulo de prácticas y conocimientos sociales en torno a los alimentos, desde su origen para llegar a la elaboración e ingesta que a veces alcanzan el estatus de patrimonio inmaterial de la humanidad, caso de las gastronomías mexicana, francesa, japonesa y mediterránea.

Esos rasgos distintivos pueden ser de distinta índole: material, espiritual, intelectual y emocional. Y desde este mismo campo de la antropología destaca también la aportación de la investigadora Margaret Mead sobre qué es cultura: “Conjunto de comportamientos aprendidos, recopilación de creencias, hábitos y tradiciones compartidas por un conjunto de individuos y aprendidas sucesivamente por los nuevos sujetos que se integran en esa sociedad”<sup>186</sup>.

La idea que me interesa especialmente de la definición anterior es la siguiente: que la cultura es algo que los individuos “heredan” mediante la transmisión de conocimiento. La palabra conocimiento suele estar asociada o reconducir el pensamiento hacia la complejidad o el estudio mayor. Pero, ¿qué pasa con esos otros conocimientos, en principio menores, fruto del quehacer o de la cotidianidad en los que sin duda durante años ha permanecido alojada la cocina, y sobre cuya conciencia de transmisión no se ha reparado tanto como hasta ahora debido a su auge y evolución?

La gastronomía es un fenómeno presente en todos nosotros, reparemos en ello o no; y tiene tanta importancia como queramos concederle. Hasta hace apenas unos años no ha sido cuando la gran masa social de los últimos treinta años, ayudada por los

---

<sup>186</sup> Margaret Mead reconocida antropóloga fue también profesora universitaria. Fue directora de etnología del American Museum of Natural History, en Nueva York, desde 1946 a 1969. Participó en todo tipo de conferencias además de dirigir el Comité de Hábitos Alimenticios; organismo que luego se convirtió en la UNESCO en cuya organización elaboró el informe del cual se extrae esta definición (Cultural patterns and technical change. París, UNESCO. Recuperado el 7-03-2015 en <http://unesdoc.unesco.org/images/0000/000036/003618eo.pdf> (citado también por María J. Villa en su tesis doctoral).



medios y dirigida por las modas y el gran consumo, por el *star cook system*, etc., ha comenzado a percatarse de ello, primero para caer fascinada, segundo para profundizar poco a poco en esa importancia sobre su peso cultural; identidad y patrimonio que nos pertenece a todos en su sentido más amplio. La gastronomía no es una cuestión sibarita, a pesar de lo que lo pueda parecer, muy al contrario es un posicionamiento personal que no depende del precio o espectacularidad del plato sino del poder para evaluar.

Sin embargo, el concepto de gastronomía sigue anclado en su relación con el disfrute y el esparcimiento para la gran mayoría (lo que tampoco es de extrañar: ¿a quién no le gusta disfrutar comiendo?); y permanece ligada en su esfera más alta a elitismos, es un elemento para la distinción incluso para los propios gastroperiodistas, a pesar de haber estado presente -vinculada o asociada- en múltiples manifestaciones culturales, y de cobrar sentido gracias a los individuos -independientemente de su cartera y/o reconocimiento o reputación-, quienes dotamos de la verdadera magnitud al término. La misma puede ser tan grande o relevante como la profundidad e intelectualidad propias con las que la experimentamos: no es el plato, es su comprensión.

Es el sociólogo mexicano Jorge González quien destaca también en su definición de cultura esta idea. En la misma se encuentra sin duda inserta la cocina y su cultura manifestación e interpretación. Para Jorge González la cultura es “un modo de organizar el movimiento constante de la vida concreto, mundana y cotidianamente. La cultura es el principio organizador de la experiencia, mediante ella ordenamos y estructuramos nuestro presente, a partir del sitio que ocupamos en las redes de las relaciones sociales”<sup>187</sup>. En esta definición queda circunscrita esa cotidianidad (que a veces ha sido retratada, fotografiada, esculpida, musicada). Queda enmarcado así este aspecto crucial en cuanto a la conexión con el acto de comer y la cultura, en el que la posición de clase ha determinado durante siglos el tipo de alimento, y en el que la mecánica diaria puede convertir dicho alimento en rutina insulsa o manjar.

---

<sup>187</sup> Citado por María J. Villa en Una aproximación teórica al periodismo cultural. Revista Latina de Comunicación Social, 35 / Extra Argentina.  
Recuperado el 04-03-2015 de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/argentina2000/09villa.htm>

Otro aspecto importante al hablar de cultura es el que aparece cuando la misma se observa bajo el proceso de producción y la importancia de su posesión. Con la actividad intelectual y artística que da forma al producto cultural.

Sin embargo, esa materialización de la cultura, el simbolismo que se adquiere y queda atrapado en los objetos, no puede desprenderse de su origen: las ideas que a su vez han estado en condición de dependencia con respecto a los distintos medios necesarios para su difusión (y sus soportes: papel diría un periodista como soporte principal hace algunos años; lienzo, un artista; partitura, el músico; celuloide o fotograma el mundo audiovisual; o energía pixelada, nuestra última incorporación para exhibir creaciones). Hablando de objetos y en el caso de la cocina, de la actividad culinaria, el menaje sirve, en última y más evidente instancia, para presentar el mensaje comestible.

Desde el ámbito sociológico la cultura se ha venido estudiando desde la perspectiva de los agentes implicados y la definición de sus productos, del contenido y sus efectos, cuestiones en las que tanto tienen que ver los medios.

Sin duda uno de los autores más mencionados es Pierre Bourdieu, quien nos ofrece conclusiones contundentes sobre cultura y simbolismo. Y esto me interesa sobremanera dado que durante siglos comer o no comer no sólo determinaba la calidad y posibilidades de vida, sino que a ese comer o no comer se sumaba qué comer y cómo hacerlo, lo que sin duda confería o dotaba a los alimentos de estatus, estableciendo por tanto relaciones de poder, con lo que enlazamos de nuevo con este importante sociólogo y su obra crucial sobre las bases del gusto.

Es en esta obra titulada *La Distinción* (Bourdieu, 2012) donde explica, en relación con el gusto (cuya formación se corresponde con los primeros años del entorno educativo de los individuos de ahí que cueste cambiarlos, incluso aunque se ascienda en la escala social) y el consumo de alimentos (tipología, precio, estilo de cocina -*fast food*, alta cocina, restaurantes...-), y como es éste último el que se transforma en un signo materialista del gusto de clase.

El espacio social analizado por Bourdieu –que no obstante no deja de ser una representación abstracta- permite sin embargo observar el mundo social, sus grupos y relaciones. Ese espacio social es el espacio práctico de la existencia cotidiana donde la comida también ocupa su lugar. En el capítulo tres de esta obra, Bourdieu aborda las relaciones de los grupos con la comida y su estilo de vida. Como sabemos este sociólogo emplea la relación entre las dos capacidades que definen el *habitus*, (la capacidad de producir unas prácticas y unas obras enclasables y la capacidad de diferenciar y de apreciar estas prácticas y estos productos –base al gusto-) que da lugar al “mundo social representado, esto es, el espacio de los estilos de vida”, (Bourdieu, 2012:200). De tal modo que, tras su investigación, concluye (por citar tan solo uno de los datos que aborda la obra) que la inclinación por el consumo de alimentos frescos, por ejemplo, tales como verduras, frutas, etc., así como los estilos de cocina que se basan en estos ingredientes (cocina vegetariana, etc.) son un claro indicador de educación: de mayor capital cultural. Por el contrario, a menor capital cultural, mayor fijación por productos procesados, más calóricos y, en su conjunto, de baja calidad (estilo *fast food*, productos azucarados, grasos, consumo de embutidos, etc., alimentos en principio baratos). Y lo que es igual de llamativo es que ambas posturas contemplan de igual modo o con idéntica relación el capital económico asociado a ambos perfiles. Son estos modelos los que luego transmiten, repiten, adoptan, combaten o rechazan los miembros de la sociedad.

Famoso por analizar las relaciones entre cultura, arte y educación, Bourdieu establece los campos de la vida social (espacios estructurados de posiciones y puestos que determinan tanto a sus integrantes como sus características, los cuales pueden sin embargo ser estudiados de manera independiente, formando parte de determinados grupos sociales que, atendiendo a su planteamiento inicial de clases sociales, permanecen en lucha o tensión). La aportación de Bourdieu resulta interesante por cuanto pone de manifiesto la relación entre “tener” o “no tener”; entre tener acceso al bien cultural o por el contrario carecer del mismo. Tensión que se ha mantenido a lo largo de la historia por cuanto la cultura siempre se ha considerado un “bien” diferenciador y deseado que proporciona visión o entendimiento sobre el mundo (diferencias que se encuentran también en lo que escogemos para comer como hemos

visto antes, cuando evidentemente se dispone de esa opción; hablamos por tanto de mundos privilegiados, de escenarios grosso modo exentos de carencias o hambre).

Centrándome en dicho concepto de cultura, en esa idea excluyente o inclusiva que señala la sociología sobre la cultura, encuentro que es ésta la que explica o da sentido al hecho de la cultura que ha sido seleccionada tradicionalmente por los medios de comunicación, a través de los cuales se difunde para hacerla accesible o para demostrar su elitismo. Son los medios los que deciden qué contenidos visibilizar, y por tanto, señalar o destacar a la sociedad qué es o cuál es la cultura lista para su consumo una vez aparecido el fenómeno de la cultura de masas: la cultura es ahora un bien accesible para todos (otra cosa sería dilucidar la verdadera trascendencia, importancia o calidad de esa cultura).

Lo relevante aquí es que al difundir esos contenidos a través de los medios de comunicación, contenidos supuestamente culturales, los hacemos nuestros para siempre si el mensaje cala, asimilando dicha información para ser considerada y/o consumida; aspecto en el que, para ser justos, el destinatario y su preparación son determinantes, de ahí la necesidad de la especialización periodística.

Otro sociólogo, el alemán Jürgen Habermas, señala que la cultura es el caudal de saberes que “aprehenden y aprenden” las personas para adquirir un amplio conocimiento del mundo (Habermas, 1998). ¿Y quién ha ejercido un papel determinante en los últimos dos siglos sobre el conocimiento del mundo y el consumo de cultura sino los medios de comunicación?

Finalmente, y por no excluir las interesantes aportaciones de la semiótica, este campo del saber introduce en el concepto de cultura la comunicación y la interiorización del mensaje que señaló Habermas en este terreno concreto. Aquí la cultura se convierte en una unidad semántica en cuyo contenido los hombres dan salida o reflejan las complejidades de su sociedad.

De nuevo los medios de comunicación tienen un gran protagonismo por ser el vehículo con el que se informa, mayoritariamente, el conjunto de la población desde hace siglos; son los que señalan aquello que debemos mirar.

Tenemos por tanto una serie de definiciones y estudios que vienen a señalarnos qué es cultura. De esa recopilación anterior, concluimos que puede entenderse la cultura como el modo de vida de un pueblo; su sentir dentro de la comunidad y sus modos de organizarse y relacionarse con el devenir de la vida cotidiana. El caudal de saberes que aprehenden y aprenden las personas para conocer el mundo, proceso en el que intervienen en la actualidad múltiples sectores mediáticos y personales (libros, televisión, radio, internet, prensa, escuela, universidad, entorno familiar...).

Dicho de otro modo, repasando autores y en cuanto a cultura reconocida se refiere, la misma también se comprende como el conjunto de comportamientos aprendidos, la recopilación de creencias, de hábitos y tradiciones compartidas por un conjunto de individuos, y aprendidas sucesivamente por los nuevos sujetos que se integran en esa sociedad. Sobre la misma, además, han existido tensiones, cuyos ecos se reproducen todavía hoy como símbolo de poder (inmaterial en cuanto a conocimiento, material en cuanto a apropiación de obras físicas).

En ese modo de vida y esa cotidianidad tiene sentido destacar la alimentación, pero sobre todo su manifestación culta, consciente, reflexionada e intelectual que es la gastronomía. También tiene sentido destacar la alimentación por el hecho de su vinculación a la transmisión cultural dado que el saber culinario se ha basado en legado de conocimientos (pasados y presentes, mejorados o con cierto grado de innovación) generación tras generación (vía oral, vía escrita). La alimentación ha sido objeto de luchas, ha abierto nuevas vías de navegación, ha conseguido encuentros y acuerdos, comercio, intercambio, incluso implantación de especies foráneas. También es fuente de riqueza y prosperidad. Y en torno a la misma se establecen una serie de patrones de conducta social, como hemos visto, que nos distingue de los animales, que nos convierte en seres racionales, morales y con educación. La alimentación juega un papel fundamental que camina a la fuerza pareja con la propia evolución del ser humano; sus distintos pueblos han desarrollado una concepción superior de las funciones básicas que han dado lugar o sientan las bases de cualquier cocina y el sin fin de actividades a ella anexas; los mismos se diferencian entre sí por el tipo de alimentación, las técnicas culinarias empleadas y el gusto particular desarrollado en estrecha relación con la disponibilidad de alimentos. Y todo ello ha conducido u originado su observación

profunda, nos ha dirigido hacia la culta comprensión del fenómeno, es decir, ha alumbrado y dotado de sentido el término principal: la gastronomía, de la que también es posible hablar desde cultura, entendida al margen de su papel en la alimentación.

Pero, si esto es así, si se aprende y aprehende, si comporta elementos culturales que se integran en nuestro ser, si en ella convergen historia y características de territorios que pueden ser explicados y que responden a comportamientos, ¿por qué no consigue la gastronomía el estatus de manifestación cultural en los medios con todo lo que encierra y tiene que contar y aportar? ¿Por qué continúa siendo el libro el soporte mayoritario donde aglutinar la profundidad de tan importante información cultural? Internet ha abierto estas posibilidades pero no es este un trabajo donde se ahonde en el terreno digital. Lo cierto es que la sociedad, tradicionalmente, ha venido repitiendo un patrón, común y cerrado, de los distintos campos culturales y como tales se han agrupado en arte, literatura, cine, teatro y música. Patrón reflejado o reproducido en los medios de comunicación.

Esta idea tradicional de cultura se resumía en aquellas manifestaciones que precisaban un soporte físico para existir. Caso de la pintura o la escultura. Más tarde, el papel proporcionó el continente ideal con el que divulgar las ideas. Hoy la tecnología nos permite disfrutar contenidos culturales de muy diversa tipología mediante píxeles que son traídos y llevados a cualquier pantalla. El teatro por su parte, es el único que continúa exigiendo un lugar físico para dar sentido a su naturaleza de representación en directo.

Los medios de comunicación no coinciden siempre en sus criterios de selección, al menos no con unanimidad cuando se trata de definir e integrar bajo una misma sección “cultural” aquello que consideran cultura. Su disparidad a la hora de valorar la cultura ha hecho de esta sección un espacio variado, y, a día de hoy, la información cultural contempla las tradicionales artes al que algunos medios añaden la tauromaquia. Bien, nada que objetar en este sentido salvo la ausencia de la gastronomía en relación con la cultura compartiendo sección.

Durante algún tiempo hemos tenido la fortuna de encontrar la gastronomía bajo la sección cultural; caso del diario nacional *El País* que gracias a la intervención de la

periodista Rosa Rivas, quien incluyó la temática entre 2007 y 2013, aproximadamente. Adquiría así una categoría superior y desvinculada de la tradicional asociación de ocio y entretenimiento, enfoque justificado cuando forma parte de las denominadas guías de ocio elaborada por los periódicos en las que se subraya el consumo por encima de otros intereses. Tras el cambio de dirección de *El País* en 2014<sup>188</sup>, la gastronomía abandonó *Cultura*, y pasó a agruparse en *Tendencias* en primer lugar, para aterrizar finalmente en *Estilo*. Muy posiblemente porque la gastronomía que conviene a casi todos los medios explotar es la que llena los bolsillos, con la que es posible anunciar; la que precipita el consumo, la del ocio y la restauración, que por si solas, evidentemente, son tendencia y diversión.

El caso es que los medios han desarrollado una serie de productos periodísticos en torno a la cultura al margen de la sección propia dentro del periódico: se trata de los habituales suplementos culturales, independientes o insertos en el conjunto del diario con motivo de ocasiones especiales –ediciones fin de semana, acontecimientos destacados como ferias literarias, por ejemplo, etc.-. Y en los mismos la gastronomía ha permanecido fuera de su preocupación como materia capaz de sustentarse por si sola, es decir, como materia única y con periodicidad capaz de ofrecer contenidos culturales en torno a la comida.

Tanto la temática gastronómica como su profundidad y variedad de contenidos han cobrado históricamente vida en la denominada revista especializada cuyo destino ha sido, hasta hace poco<sup>189</sup>, un público selecto interesado en dicha materia. Y es en estas

---

<sup>188</sup> La decisión sobre la remodelación en la dirección del diario se tomó el 26 de febrero de 2014. “Antonio Caño asume la dirección de El País”, 03-05-2014. El País Edición Digital. Disponible en: [http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/05/03/actualidad/1399141592\\_255426.html](http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/05/03/actualidad/1399141592_255426.html)

<sup>189</sup> El fenómeno gastronómico está en alza, está generando interés o demanda informativa por parte del público, y atendiendo a esta demanda está siendo incluida con asiduidad en los medios generalistas. También está dando lugar a la aparición de nuevas publicaciones especializadas como *Tapas*, la última en llegar, aparecida en marzo 2015. De la mano de Spain Media, *Tapas Magazine*, cabecera multimedia (revista impresa, web propia, redes sociales y aplicación para dispositivos móviles) mantiene una propuesta que observada a fondo es muy amplia, ya que en la misma se promueve un estilo de vida personal ligado a la cultura, el ocio y el consumo de determinados productos –incluido el arte y la gastronomía– elevados, *cool* o *premium*, explotando el éxito de la cocina actual. En este sentido su apuesta de imagen también es clara, y aunque no se analiza aquí por estar fuera del rango temporal de la presente investigación, su formato, acabado y presentación contribuyen a ser un elemento igualmente diferenciador (del resto de revistas y públicos).



revistas donde hallar las pistas de la cultura gastronómica que sin duda son susceptibles de trasvasarse al medio generalista siempre y cuando apueste por una sección propia; ahora, precisamente, nos encontramos en el mejor momento en cuanto a interés del público.

Con todo hay que subrayar que siempre ha sido posible encontrar gastronomía en los periódicos donde se han publicado noticias, crónicas y críticas gastronómicas. Y también se ha hallado entre las páginas de los suplementos dominicales, bien con propuestas o recetarios, que sin embargo han compartido espacio con el resto de contenidos, es decir, no han sido suplementos especializados o monotemáticos. Suplementos como el reciente *Buena Vida* de *El País*, con enfoque saludable, o el más asentado *Fuera de Serie* de *El Mundo*, con una visión glamurosa de vida y productos, incluyen contenidos sobre gastronomía y alimentación pero no son publicaciones o suplementos gastronómicos, aunque con todo suponen un avance. Lo que sí tienen sin embargo son guías gastronómicas, de nuevo ligadas a la publicidad y el consumo.

Reconocemos que se ha abierto camino, que los tiempos han cambiado. La gastronomía ha experimentado una evolución, y con ella las necesidades del público crecen sobre la misma; fruto de esas necesidades se ha colado progresivamente en los medios generalistas, otra cosa es el enfoque predominante o las propuestas periodísticas. Este aspecto resulta evidente en el terreno digital, como señalaba antes, donde sí hay espacios específicos vinculados a periódicos (*Gourmet's. El mundo de la gastronomía*, en el Periódico de Cataluña, sería un buen ejemplo).

A donde quiero llegar es la necesaria vinculación y aceptación de la gastronomía como materia cultural digna de difusión a la altura de cualquier otra “cultura” tradicionalmente aceptada con sección propia. La gastronomía es una toma de conciencia sobre el alimento y todo lo que le rodea. En la misma se encierra la propia historia de la humanidad, ésta sigue viajando y con ella los alimentos, su historia y su evolución, a la misma es posible sumar y relacionar otras disciplinas para dar vida, para divulgar cultura; sería éste un ente mayor de conocimiento que nos haría distinguir entre “cultura de la alimentación” y “cultura gastronómica”. Algunos definen la

gastronomía como actitud<sup>190</sup>; bien, desde luego es importante, el primer paso para concederle atención. Pero la actitud si bien es imprescindible por sí sola no basta para corroborar o sostener esta posición. El concepto que hace que podamos hablar de cultura gastronómica ha de ser universal, y permanecer al margen de individuos, actitudes e intereses, es decir, ha de defenderse por sí solo, y ofrecer la alimentación y la cocina desde otras perspectivas y con otras implicaciones en las que es posible añadir incluso la ciencia y sus descubrimientos. De ahí que, hoy más que nunca, y a pesar de que este trabajo representa un paso formal en este ascenso, sea necesario profundizar en el estudio de la gastronomía, desde las ciencias sociales y humanas, con especial atención a su reflejo en los medios de comunicación, que conforman el ideario colectivo; además de tratar de explicar sus conexiones culturales de manera formal y de forma prolongada, no sólo prestando atención a los hechos pasados, sino también a los actuales.

La divulgación del conocimiento nunca ha estado tan cerca de nosotros como ahora, cuando las tecnologías facilitan tanto el terreno de la investigación y su posterior divulgación a la sociedad; en ese impulso investigador (al margen de mensajes complacientes que tan poco tienen que ver con esta autora), creo que debemos luchar contra la infoxicación<sup>191</sup>, ser capaces de desgranar el trigo de la paja, la publicidad del periodismo, para contribuir con ese trabajo a asentar los cimientos gastronómicos que bajo la perspectiva académica hacen falta. Abogo por tanto por la profundidad, por el estudio académico y por un periodismo especializado en gastronomía, que son mi terreno, por enfoques o propuestas periodísticas cultas y especializadas, de calidad, variadas, multidisciplinarias o correlacionales y fiables bajo una perspectiva intelectual, pero también desde otras ciencias sociales y humanas.

El origen de los alimentos, su repercusión social, su influencia, su modos y tipos de consumo, sus rituales, sus raíces, las cocinas, sus viajes, su futuro, su disponibilidad, su desarrollo, etc., todas cuantas conexiones puedan establecerse. El nacimiento de una

---

<sup>190</sup> Caso de los periodistas José Carlos Capel, Julia Pérez Lozano y otros tantos periodistas y especialistas más involucrados en el portal de información y promoción gastronómica, *Gastroactitud*.

<sup>191</sup> Expresión divulgada por Alfons Cornella quien define el término “infoxicación” como sobresaturación, estrés que provoca internet al sugerir miles de informaciones que generan angustia en el usuario que se siente incapaz de gestionarla.

cocina, la reproducción de la cocina tradicional, la recuperación de un proceso artesanal, su evolución... Los comportamientos, las mesas, los instrumentos y utensilios, el menaje, las tradiciones, la asimilación o influencia de productos, alimentos y cocinas... Las conexiones de la comida con el arte, el cine, el teatro, la literatura... La adopción de otros modos de comer (tómese como ejemplo el nuevo fenómeno *street food*<sup>192</sup>, importado en cierto sentido, pero propio si observamos castañas, churros y *pescaito frito*). Con todo lo anterior se construye, desde mi punto de vista, la cultura no sólo en torno a los alimentos, sino la verdadera identidad de una cultura gastronómica.

A día de hoy en relación con los medios generalistas, en función del enfoque de la información ofrecida, ésta se ubica en una u otra sección. Pero la gastronomía continúa careciendo de sección propia o suplemento propio con enfoque cultural, y siguen siendo las tradicionales publicaciones especializadas donde hemos de refugiarnos para sustraer, con más o menos claridad, estas notas gastroculturales. O bien este aspecto se pasa por alto o bien no se reconoce siquiera. El caso es que la gastronomía continúa sin entrar en ese club selecto llamado cultura en los medios, como materia justificada por la convicción de su importancia y sus posibilidades. Más allá de la relacionada con el ocio, el comercio o los restaurantes de las que se componen las guías; la gastronomía en los medios generalistas se debate entre enfoques de intereses saludables, comerciales, exclusivos o de lujo y de servicio público por prescribir con críticas y recomendaciones aquellos lugares que merece la pena visitar o de los que resulta conveniente hablar (dónde comer y a qué precio, cuál es local más chic) . Aspecto del que siendo objetivos tampoco se libran los contenidos de las revistas especializadas.

Sin contrarrestar esta argumentación a favor del concepto “gastrocultural” que es el que me interesa especialmente, aquel con el que se divulga el patrimonio inmaterial de nuestros alimentos y modo de entenderlo, tengo que señalar las palabras de Rodrigo García Fernández, responsable de la coordinación editorial de *Foods & Wines From Spain* del Instituto de Comercio Exterior (ICEX)<sup>193</sup>, en cuanto a que la gastronomía no puede

<sup>192</sup> Comida callejera. Comer en la calle. El street food en sociedades desarrolladas está adoptando la forma de food truck, más chic que un motocarro mexicano. Con todo, es un fenómeno interesante digno de atención e interesantes beneficios sociales (empleo, ingresos, oferta y demanda, etc.).

<sup>193</sup> Información extraída del cuestionario de investigación enviado a profesionales del sector periodístico gastronómico.

ceñirse exclusivamente a una sección concreta, ya que dicha materia puede encontrar su espacio en diferentes secciones, y como tal, así aparece a día de hoy en la mayoría de los medios. Aunque de escoger una, el propio Rodrigo García Fernández se inclina por la aquí defendida, la de cultura. Como vemos, algunos profesionales vamos coincidiendo. La gran pregunta es si esta demanda sería, efectivamente, para masas o para minorías.

Otra opción podría ser la de trasvasar el modelo de revista especializada al medio generalista bajo la atenta mirada de expertos en la materia para confeccionar suplementos especializados, en los que incluir la temática agrupada en diferentes secciones bajo el título de Gastronomía y separar los contenidos en función de su mensaje: Cultura, Sociedad (en los que incluir avances e investigaciones nutricionales, de innovación...), Economía (con sus múltiples aristas), Política (donde reflejar acuerdos y medidas parlamentarias), etc.

No obstante, sin dejar de reconocer los tradicionales vínculos con las parcelas lúdicas o de ocio anteriores -y con los intereses comerciales que tantas vías de mantenimiento brindan a los medios-, me veo en la obligación de, al menos señalar, la importancia de la gastronomía desde un enfoque cultural; aspiro por tanto a reconocer su valor y abogo por un sitio natural y especializado dentro de cada medio; o bien bajo la fórmula de Cultura, o bien bajo la ampliación y creación de suplementos especializados que aúnen todas las aristas del fenómeno gastronómico y contribuyan a ampliar su conocimiento a la sociedad. Esto es perfeccionando el producto periodístico, contribuyendo a la evolución de los medios y sus contenidos.

Esgrimiré el lector del presente trabajo en mi contra que el interés mayoritario del público puede que no sea el reclamado; que el sentir último y minoritario es la aspiración cultural cuando hablamos de gastronomía, donde lo principal, lo divertido, es zampar. Puede que tenga razón, mas no me sirve como excusa ni me inhibe del intento porque el esfuerzo que exige la elaboración de estas páginas, en las que he despistado energías y esperanza, viene a reconocer y hacer avanzar la importancia temática. Su divulgación bajo esta perspectiva, que es mucho más que periodística, supondría además de empleo, la apertura de un reconocido y oficial concepto gastrocultural en los medios y por tanto se extendería al resto de la sociedad, para, a la larga, conducir a una captura de

lectores por parte todos, también de las revistas especializadas que más allá de encontrar competencia, hallarían un estimulante reto cuyos beneficiarios seríamos todos, con los investigadores interesados en la materia a la cabeza.

### 2.2.3 Cocina, Cultura, Arte y Diálogo

*“El cocinero no es una persona aislada, que vive y trabaja sólo para dar de comer a sus huéspedes. Un cocinero se convierte en artista cuando tiene cosas que decir a través de sus platos, como un pintor en un cuadro”. Joan Miró.*

Al aludir a la historia teniendo presente la cocina es inevitable admitir que la misma se puede reconstruir a través de la cocina y los alimentos, de los protocolos, los productos y sus platos. Así lo he señalado en páginas anteriores. Pero hay más, la comida tiene un lenguaje particular que hay que saber interpretar. En ingredientes, técnicas, protocolos y funciones se encuentra un interesante diálogo -necesario en cualquier definición cultural- que narra por igual historia e intrahistoria de los pueblos.



*El hospicio. Albert Anker (1870).*

La comida de la Edad Media, por ejemplo, fue “la primera ocasión para los estratos dominantes de la sociedad de manifestar su superioridad”<sup>194</sup>. En sus elaborados banquetes estaban insertos categorías y clases en función de las cuales los comensales

<sup>194</sup> Jacques Le Goff, cit. por Massimo Montanari en *La comida como cultura* (2006). Trea, Gijón (Asturias). p. 66.

eran agrupados y servidos. Era una manera de distinguir y distinguirse. A través del lujo y la ostentación alimenticia las sociedades se expresaban. De hecho, la abundancia de la comida señala por sí misma una situación de privilegio social y de poder, donde el hambre y la precariedad son el último y funesto eslabón.

A finales del Medievo quedaba claro que el poder y la fuerza ya no eran los principales atributos de reyes y grandes señores. El modo de vivir y de comportarse en sociedad serán determinantes (el buen señor controla no sólo lo que come sino su propia actuación o comportamiento).

Sin embargo, esta historia en relación con la alimentación y su lenguaje comienza mucho antes; los griegos y romanos ricos y poderosos fueron siempre orondos. Para los romanos, que poseían una exhaustiva clasificación de los esclavos con funciones específicas en cocinas y banquetes, las únicas normas que regían la mesa eran la abundancia y la incontinencia ante la comida y la bebida. No es hasta finales de la época medieval cuando encontramos los primeros manuales para enseñar a los jóvenes de la nobleza los modales en la mesa.

El lenguaje de los alimentos estará muy presente en las mesas que vendrán; durante los siglos XIV a XVI los *aristochefs* harán gala de productos y conocimientos. La escenificación de la comida se desarrolla mediante el despliegue ostentoso de mantelerías, vajillas, cuberterías, espléndidos salones vestidos con tapices que rematan selectos platos. Entre estos dos siglos “queda establecido el protocolo que se basa en la distinción” (Montanari, 2006:68) y cuya evolución ha llegado hasta nuestros días, reproduciéndose en mesas reales y banquetes honoríficos, en los que reyes y figuras destacadas de la política ocupan sus puestos conforme a su posición y al papel ejemplificado dentro de la temática festejada. Su lugar en la mesa señala su importancia, el prestigio del que gozan. La propia tabla redonda fue el intento contrario de democratizar comensales (de igualarles en importancia).

A partir de entonces, el aspecto físico también tendrá un significado. Estar gordo será el sinónimo preferido de la riqueza, del bienestar. La delgadez pasará a estar relacionada con la pobreza o con el camino escogido por el asceta. Las pinturas de las distintas épocas serán las encargadas de hacernos llegar este mensaje en el que el



hambre no está exenta (escenas de caza medievales son una muestra de poder e indican la sumisión de sirvientes y naturaleza; los grandes banquetes romanos, donde la mesa servida por esclavos es una exposición universal con productos de todo el mundo, están igualmente cargados de significado; las hermosuras de Rubens son la exaltación de las curvas, un canon de belleza en el que está presente la alimentación como fórmula para alcanzar dichas siluetas; la delgadez de Cristo será el resultado de su bondad y sufrimiento). Incluso escritores y literatos reflejarán en sus escritos gustos, estilos y posiciones de la época en función de las descripciones de sus personajes, quienes quedan retratados con exactitud con tan solo mencionar su aspecto (las miserias y el hambre narradas por Dickens, Chéjov o Dostoievski son buenos ejemplos).

De la gordura renacida tras las desgracias de la II Guerra Mundial en las que mujeres redondas o bien contorneadas protagonizan las grandes películas, pasaremos al culto de la delgadez a finales del siglo XX, donde lo distintivo será comer poco, apostar por lo vegetal como forma de mantener la esbeltez impuesta de nuevo por el cine y la popularización de la moda.

Sin necesidad de complicarnos en exceso y sin tratar de profundizar más en dobles lecturas entre alimentos y clase pero teniendo clara su evidente relación, tenemos un hallazgo crucial con el que apoyar la idea de la comida que habla. Éste no es otro que la propia geografía del gusto, el lugar de procedencia de los alimentos y las formas de cocinarlos que originan identidad social. Es absolutamente cierto que la cultura de un país o un determinado territorio también está presente en su cocina. Para comprenderlo cabe asimilar una importante distinción y es que productos y platos dan origen a recetas, mientras que la cocina es el conjunto de platos y reglas (de elaboración, métodos empleados en la cocina). El primero en darse cuenta fue Arquestrato de Gela, quien en el siglo IV a.C. enumeró o clasificó los tipos de alimentos en función de la zona, añadiendo además dónde su calidad era mejor (Montanari 2006:81) dejando definitivamente instalada la relación existente y característica entre productos y geografías.

Sentarnos juntos para comer es un rasgo cultural y humano que demuestra como la ingesta de alimentos tiene mayor significación. Sustancia (alimento) y

circunstancia (comer juntos) asumen un valor significativo. Banquetes, cócteles, convites, comidas familiares o de negocio..., representan formas de relacionarnos donde “el lenguaje de la comida no puede prescindir –a diferencia de los lenguajes verbales<sup>195</sup>- de lo concreto del objeto, del valor semántico intrínseco, de algún modo predeterminado, del instrumento de comunicación”. La comida convertida en instrumento de comunicación precisa de contextos. Roland Barthes<sup>196</sup>, autor de un ensayo sobre la psicología de la alimentación contemporánea lo señala muy bien: el café, alimento excitante, puede asumir un valor social opuesto cuando se une a la noción y a la práctica del relax –café de sobremesa, por ejemplo- y cuando se toma en la pausa entre dos momentos de trabajo -función estimulante-.

Comprobamos así como la comida cuenta con una estructura en cuyo interior, cada uno de los elementos que la componen, define su significado. El léxico propio de la comida son los alimentos (el producto) sobre los que se construirán las palabras (los platos), los cuales, una vez fijado su orden de aparición (primero, segundo, tercero, postre) y el modo en la que lo hacen (escenificación, protocolo) otorgan significado, nos ofrecen un determinado sentido. Este conjunto nos proporciona la retórica final (Montanari 2006:98). “Si el discurso es la comida, la retórica sería la manera de prepararla, servirla y consumirla”.

En este peculiar lenguaje los complementos quedan definidos por su función (aperitivos, entrantes, guarniciones), en la que los condimentos son el adjetivo final -que expresamos diciendo que aquello que comimos fue dulce, salado, sabroso, estaba picante, avinagrado...-. Hallamos así una cocina con capacidad de lenguaje propio.

Hablaríamos también con propiedad si en nuestro discurso introduyéramos la palabra arte. El arte de servir la mesa, del arte de preparar la comida, del arte de conservar los alimentos. La palabra arte aquí se convierte en sinónimo de conocimiento reconocido y respetado, de virtud o habilidad en la ejecución del trabajo. Se trata, en definitiva, de expresiones que se sirven del término arte, del que han permanecido ajeno

---

<sup>195</sup> Podemos evocar palabras a través de las cuales trasladamos ideas y conceptos pero para poder establecer un diálogo gastronómico con el que transmitir un mensaje se precisan los alimentos.

<sup>196</sup> Cit. por Massimo Montanari en *La comida como cultura* (2006). Trea, Asturias, p. 93.

al convencionalismo formal, en el sentido de materia con autoridad en el empleo en bellas artes.

Admitimos o reconocemos distintas actividades del hombre bajo la categoría de manifestación cultural. Tradicionalmente acotadas, como ya hemos visto, en: literatura, cine, teatro, artes y música. Pero la comida ha formado parte de todas y cada una de ellas como fuente de inspiración, como entramado sobre el que giran acciones, imágenes, melodías o tramas, como objeto pasivo o en movimiento para retratar, sentir, explicar o escenificar su papel en el escenario que es la vida. Sin embargo, recelamos de ella como manifestación exclusiva con derecho propio a compartir este ámbito cultural, característico y exclusivo al parecer de las denominadas bellas artes; otro de los aspectos polémicos que no he querido eludir en este trabajo.

De las distintas relaciones de la comida con el arte me ocuparé en el siguiente epígrafe, con la clara intención de conseguir la reflexión del lector, más que con la de alcanzar posicionamientos sobre una asociación controvertida que, sin ser debate exclusivo pues desde antiguo han existido, como veremos a continuación, manifestaciones artísticas que han tomado la comida y su desarrollo o ejecución como forma de expresión artística, continúa suscitando interrogantes. He de reconocer que me inclino por su inclusión artística cuando la comida no es el fin en si mismo sino un vehículo que abre la puerta a la complejidad anímica y sensorial. La culpa o la suerte de recuperar tan apasionante debate la debemos a las consecuencias del trabajo desarrollado por Ferran Adrià, entre cuyos hitos se encuentra precisamente ese dar que pensar sobre la comida más allá del disfrute gustativo.

## 2.2.4 Arte y Gastronomía

*La cocina de ElBulli introduce emociones a través de varios recursos (ironía, transgresión, recuerdos de la infancia) para incorporar un nuevo componente de juicio en la gastronomía: la razón. Para no disfrutar sólo con el paladar, sino también con la inteligencia.*

**Ferran Adrià. Auditando el proceso creativo**, exposición Fundación Telefónica, 2015.

### 2.2.4.1 La gastronomía como expresión artística: estética, diálogo y sentimientos

Dentro del concepto de cultura faltaba profundizar en su conexión con el arte dado que el término arte se transforma en discordia en cuanto se aplica a la materia básica que nos ocupa: la gastronomía. Incluir o no la gastronomía dentro de la cultura, -aspecto sobre el cual los principales opositores o críticos se muestran más benevolentes -, y el arte, -verdadera y espinosa cuestión- suscita cuanto menos interrogantes.

Filósofos como Michel Onfray o Carolyn Korsmeyer<sup>197</sup>, entre otros, han venido reivindicando la dignidad de los denominados sentidos inferiores, aquellos sentidos desvalorizados por la tradición platónica que elevaba por encima del resto, los sentidos de la vista y el oído. Fueron las corrientes epicúreas (Epicuro 341-270 a. C.) las que elevaron la cocina a un rango cultural. El hecho de que las distintas sociedades hayan jerarquizado los sentidos, primando unos por encima de otros, se debe, según Michel Onfray, a dos cuestiones principalmente. Por un lado, al propio proceso evolutivo del ser humano, según el cual mientras permanece a cuatro patas otorgaría importancia en primer lugar al oído, luego al olfato y por último a la vista. Mientras que al erguirse y convertirse en bípedo, este mismo homínido favorecerá la expansión o crecimiento de su cerebro, lo que conlleva su modificación, y la jerarquización de los sentidos: ahora será la vista el sentido primordial. Por otro lado, tendríamos la cuestión que afecta al

---

<sup>197</sup> Ambos citados por Berta Garrido Moreno en el artículo titulado “La cocina y la experiencia culinaria como proceso artístico y creativo”. *Creatividad y Sociedad* (2012), nº 19, pp. 1-38. Revista de la Asociación para la Creatividad (ASOCREA).

desarrollo cultural de cada territorio con sus reglas sociales. Unas reglas en las que la cocina permanece ligada a las tareas del hogar, a esas actividades menores propias de la mujer. La cocina permanecerá durante siglos etiquetada como algo menor, intelectualmente hablando; y, en el mejor de los casos cuando es ejercida por cocineros, será catalogada como artesanía, una *techné* impropia del intelecto.

Dos obras culinarias de origen francés y del siglo XVII marcarán el cambio político y cultural promovidos por Luis XIV y supondrán un paso culinario evolutivo del que partirá la relación del arte y la gastronomía. Estas dos obras son *El cocinero francés* (1651) de François Pierre de La Varenne y *Las delicias de campaña* (1654) de Nicolás Bonnefons. En las mismas la cocina aparece como un proceso no exento de visión artística. Ambos títulos suponen el paso de la cocina medieval, con abuso de especias y decoración, a la alta cocina moderna del momento que destaca por encima de todo la limpieza, los sabores complementarios y armónicos, y la sencillez en la preparación de los alimentos que son, sin embargo, presentados con lujo y sofisticación. Para muchos un verdadero arte, son los banquetes monárquicos del XVII donde brillará especialmente.

Con el siglo XIX y la aparición de la crítica gastronómica, la cocina pasará a considerarse un arte elevado, y, por fin, un objeto digno de teorías o estudio, sobre todo de estudio filosófico. Dos serán los nombres que impulsaron lo anterior: Grimod de la Reyniere, hasta ahora el primer crítico gastronómico reconocido por la historia, y Jean Anthelme Brillat-Savarin, autor del primer tratado filosófico sobre gastronomía. El mismo fijará el gusto que produce la comida en función de las sensaciones suscitadas. De tal modo que obtuvo tres tipos de sensaciones: directa, reflejada y completa. Es en esta última donde interviene el intelecto.

Un salto en el tiempo nos conduce hasta Auguste Escoffier, el otro gran revolucionario de la cocina. Su escuela marcó una época, influyó en el resto de cocinas europeas y dio origen a una nueva generación de cocineros cuya visión quedará trastocada en la década de los años setenta del siglo XX, mejor dicho, desbancada por la *Nouvelle Cuisine*. Uno de sus requisitos será el estímulo del comensal a través de la estética y la evocación. Son platos cuidadosamente presentados, con porciones pequeñas, síntesis de cocina, diseño y arte conceptual.

Tras la *Nouvelle Cuisine* será la cocina de vanguardia, la cocina tecnoemocional, la que retome y protagonice el interesante debate entre arte y cocina.

Con frecuencia y siempre que alguien cocina bien, que demuestra dominio culinario, es equiparado con un artista. Solemos decir entonces del cocinero o cocinera que es un o una artista.

La expresión “arte culinario” proviene de las voces latinas “ars” que significa conjunto de normas o reglas necesarias para realizar bien alguna cosa, y, “culinarius” que indica la pertenencia o lo relativo a la cocina. Por lo tanto, el arte culinario es el arte que se ciñe estrictamente al dominio de los fogones.

La gastronomía, al contrario que la definición anterior, precisa de una concepción de partida amplia pues en ella se ven implicados factores psicológicos, antropológicos y sociales y culturales donde la economía, la historia y el arte juegan un papel determinante, protagonista o subyacente, pero siempre patente. Todos estos factores son, precisamente, los que lo cambian todo, los que hacen del acto básico o funcional de alimentarse, el arte de la cocina; hecho aislado, único, que sólo se da en los seres humanos, los cuales son capaces de atribuir a la simple alimentación factores de índole social, intelectual, cultural y religioso. Es entonces cuando esa cocina es algo más que un plato: en el mismo se establece un cruce de caminos transversal en el que también está presente el arte.

El detonante de la reflexión no es en absoluto nuevo pero en nuestro país aflora en varios momentos. El punto de partida se encontraría en la exposición *Comer o no Comer* que tuvo lugar en el Centro de Arte Moderno de Salamanca entre el 23 de noviembre de 2002 hasta el 19 de enero de 2003, bajo el comisariado de Dario Corbeira. Dicha exposición establecía las relaciones del arte con la comida, pero sobre todo evidenciaba la falta de análisis y reflexión sobre la conexión entre ambas materias<sup>198</sup>. Con mayor calado o repercusión el tema salta a la palestra con Ferran Adrià; su cocina consigue evolucionar no solo implicando en la misma el juego y las emociones, sino

---

<sup>198</sup> Clase magistral de Mónica Oliva Lozano dentro de la programación de la sexta edición del curso Periodismo Gastronómico y Nutricional de la UCM, Fac. CC de la Información (14-05-2015).

despertando una reflexión interior en el comensal que conduce a la equiparación con las “bellas artes”.

Este hecho merece una mención a parte por la trascendencia del personaje y el legado culinario que ha originado, pues situó España en lo más alto del ranking culinario internacional (sin duda, asignatura pendiente desde hacía años).



*La cena* de Antonio López, (1971-1980), fue uno de los cuadros de la exposición *Comer o no Comer* realizada en el Centro de Arte Moderno de Salamanca en 2003.

Javier Pérez Escohotado sostiene en su ensayo *El mono gastronómico* que en las discusiones sobre el arte parece que todo está dicho y que cualquier cosa puede ser considerada arte. Que cualquiera puede ser artista, (Escohotado 2014:57). Este mismo autor recurre a la definición de Arthur C. Danto para delimitar qué es considerado arte: “...un objeto material (o artefacto) se dice obra de arte cuando así se considera desde el marco institucional del mundo del arte”<sup>199</sup>. Escohotado reflexiona sobre esta cuestión, preguntándose qué hemos de entender por “marco institucional”: “¿Los museos? ¿El mercado? ¿Los críticos e historiadores? ¿Los periodistas? ¿Los marchantes? ¿Los comisarios? ¿Los propios artistas?”, (Escohotado 2014:57). Sin responder a la cuestión

<sup>199</sup> Arthur C. Danto: *La transfiguración del lugar común*, Barcelona, Paidós 1981, p. 27. Citado por Javier Pérez Escohotado en *El mono gastronómico*, p. 57.



de manera inmediata pero ampliando la controversia, propone intercambiar la expresión marco institucional por el concepto acuñado por Pierre Bordieu “campo social”, en el que son las élites o los grupos dominantes los que influyen en dicha aceptación o propuesta artística; propuesta no exenta de crítica o si se prefiere, propuesta que posiciona al autor en una determinada línea de pensamiento en la que el poder, el mercantilismo y el altavoz mediático influyen en dicha catalogación que finalmente trasciende a la sociedad.

Anotado lo anterior, y reconociendo su implicación en la sociedad actual, tan manejada como influenciada por los medios que a su vez suelen repetir mensajes y estrategias trazadas desde gabinetes de comunicación con manifiestos intereses, recurre este autor a Larry Shiner, para confirmar la evidente y paralela evolución entre sociedad y arte, que conduce a la aceptación de nuevas corrientes.

El arte para Shiner respondería a una invención europea de apenas doscientos años de antigüedad (Escohotado 2014:58), pero también a un sistema que incluye las artes “tradicionales” (arquitectura, escultura y pintura), cuya evolución cultural e intelectual avanza con el correr de los años hacia otras disciplinas como literatura, música, danza, teatro, cine y artes visuales. Si damos por válida la investigación de Escohotado, y desde luego así se defiende aquí aunque no se esté de acuerdo en la totalidad del ensayo, el propio autor de *El mono gastronómico* añade que Shiner, tras su definición, reconoce que “el concepto de arte se va expandiendo a otras actividades”, (Escohotado 2014:58). Entre esas posibles actividades la presente investigación defiende (sin que suponga una novedad pues esa tesis ha sido defendida antes por otros como se verá) la propuesta gastronómica de Ferran Adrià durante los años de vigencia de elBulli. Para ello contaré con el apoyo de dos autores que desde mi punto de vista resultan fundamentales y que son: 1) la profesora de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Complutense de Madrid, Mónica Oliva Lozano, quien desde la propia perspectiva artística sitúa en su tesis doctoral, *El acto de comer en el arte. Del eat art a*

*Ferran Adrià en la Documenta 12*<sup>200</sup>, la cocina de vanguardia de Ferran Adrià como expresión multisensorial artística en línea con otras corrientes o géneros artísticos reconocidos; 2) Jean-Paul Jouary, filósofo quien, además de haber vivido la experiencia de cenar reiteradas veces en el restaurante de Cala Montjoi, ha publicado el texto *Ferran Adrià, ¿cocinero o artista? Un filósofo en elBulli* (Jouary, 2012), donde argumenta a favor de la inclusión de esta cocina, y sólo ésta, en la que están implicados y correlacionados los sentidos convencionales que se activan al comer con la intelectualidad del comensal.

Para Escohotado mi epígrafe así como los dos trabajos citados (los de Mónica Oliva Lozano y Jean Paul Jouary) pueden resultar estériles [“la discusión de si la cocina o la gastronomía es arte o no es un asunto que tiene que ver más con el sexo de los ángeles que con una verdadera cuestión; [...]”, (Escohotado 2012:71)], lo que desde mi punto de vista no resta ni un gramo de importancia tanto al valor intelectual de la cocina de Ferran Adrià, ni disminuye la relevancia de un debate que trata de responder a una de las grandes cuestiones que desde finales del siglo XX ha sido posible gracias a una cocina evolucionada. Puede que para este autor la alta cocina, la cocina de vanguardia, sea “un síntoma de la decadencia cultural de Occidente”, (Escohotado 2012:71), mas para mí es la prueba de una sociedad avanzada, que puede y debe permanecer en armonía con su pasado avanzando hacia el futuro, suscitando interrogantes, cuestionando tradiciones y teorías, mas no como síntoma de soberbia, desprecio, siquiera pomposidad, sino en un intento de avanzar y ampliar el conocimiento.

Puede que encontremos mayor sentido a la conflictividad entre arte y gastronomía si analizamos la comida a través de un nuevo discurso en el que tenga cabida la filosofía, con frecuencia alejada de las convencionales líneas de investigación artística -no en cambio por las de semiótica-, e incluyendo ese acto de comer en el arte, categoría por lo demás auspiciada por vanguardistas y postmodernos. En definitiva, por el arte postmoderno y contemporáneo en el que la comida como tema, el alimento como material, o la figura artista-cocinero, dejan paso a nuevas formas de expresión y diálogo.

---

<sup>200</sup> Título de la tesis doctoral de Mónica Oliva Lozano presentada en 2013 en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Complutense de Madrid, que aquí se toma como referencia entre otras obras de reconocidos filósofos para defender la relación entre el arte y la comida, y por tanto, defender que en la cocina de vanguardia de Ferran Adrià convivieron diferentes gustos: sensorial-organoléptico y sensitivo-estético que supusieron la suma de sentidos bajo una perspectiva intelectual.

Todo ello para tratar de justificar, para sostener o apoyar más bien, la conexión cultural de la gastronomía, con el arte como medio de expresión en sí mismo, no únicamente como elemento de representación, aspecto admitido y catalogado como género artístico propio con la figura del bodegón.

Para la mayoría de los filósofos, la comida ha venido siendo por encima de todo una necesidad fisiológica con la que garantizar la subsistencia; un acto cotidiano que “nos devuelve a nuestra animalidad”, (Jouary, 2012:17). Pero la comida es mucho más, no podemos simplificar el acto de elaborar, presentar y comer de tal modo. La cocina encierra significados, apela a la razón y eficacia de los territorios y al por qué de sus alimentos, entraña relaciones humanas y sociales, y engloba caracteres (identidades, personalidad), porque como afirma Toni Massanés, director de la Fundación Alícia, “no podemos reducir el alimento al continente de nutrientes necesarios para la vida, en su interior alberga contenidos, historias, significados”<sup>201</sup>. Es esa riqueza la que tenemos que desentrañar, explicar y comprender, pero, por encima de todo, apreciar para poder disfrutarla desde todos sus ángulos. Lo que conduce a preguntarme, como han hecho tantos estudiosos del ámbito de la filosofía, el arte o la cultura, en qué lugar queda la comida cuando supera la fase de sustento, cuando sus sensaciones, en ocasiones belleza y significados trascienden.

Sin perder el instinto animal, tan presente en el ser humano aunque socialmente domesticado (al menos si nos concedemos la categoría de pertenencia a un supuesto mundo racional), la comida, su evolución y sofisticación, hace mucho tiempo que han cruzado la frontera de la mera alimentación en las sociedades desarrolladas, para conectar con otras actividades fruto del conocimiento y la necesidad o inquietud espiritual. Tal es el caso del arte, materia que en este epígrafe es protagonista. Porque si comemos para algo más que para alimentarnos, si con la comida buscamos sensaciones, sentir placer, estamos ante la misma tesis que sustenta la razón artística dado que ésta se experimenta o se siente a través de los sentidos, absolutamente vinculados entre sí. Por tanto, ese “sentir” forma parte de ambas materias, un punto común entre obra de arte y cocina, (Jouary, 2012: 18).

---

<sup>201</sup> Toni Massanés, entrevista con la autora. Mercado La Paz, Madrid, 23-06-2014.

¿Pero de qué tipo de cocina estamos hablando?

El ejemplo o detonante más reciente del debate y las nuevas conexiones del arte y la comida reside en la figura de Ferran Adrià y la cocina de elBulli, donde los platos respondían por igual a la exigencia gustativa y la estética con propuestas que conseguían suscitar un diálogo interior. Algo cognitivo que acompañaba al placer gustativo y conectaba con la psique humana en elBulli, algo sobre lo que volveré más tarde.

Antes de evaluar lo que ocurría en elBulli, lo primero que tendríamos que hacer a la hora de vincular la comida con el arte -al menos determinada comida como la que lleva por nombre cocina de vanguardia o tecnoemocional<sup>202</sup>-, es desgranar lo que atañe a los sentidos, sus implicaciones. Lo segundo, explicar qué hace que una creación pase a ser una obra de arte. Todo ello para determinar si la evolución culinaria originada por Ferran Adrià y sus increíbles resultados, puede considerarse además de comida, obra de arte, contribuyendo así a sostener la defensa de esa cocina de vanguardia como expresión artística a través de la cocina, y por tanto, sumar puntos para sostener esa unión o conexión entre gastronomía y cultura, basándome en esta ocasión, en una supuesta implicación artística.

Comencemos pues con lo más trivial, los sentidos, tan involucrados en el arte.

Cuando comemos se estimulan nuestros sentidos. Tradicionalmente el acto de comer, aun proporcionando sensaciones placenteras, no ha gozado de tanto protagonismo como hoy en día. Y si la cocina ha evolucionado, se han experimentado igualmente avances importantes tanto en lo sensorial como en lo científico, que han contribuido a que prestemos mayor atención a los órganos implicados a la hora de comer (vista, gusto, tacto, oído y olfato) en cuanto al grado de intensidad y repercusión emocional, trasvasando así lo meramente fisiológico.

En el sistema gustativo intervienen gusto y olfato (que percibimos a través de dos vías, nariz y boca), más una serie de sensaciones trigéminas generadas por la acción de alimentos y bebidas -su ingesta activa el nervio trigémino, encargado de detectar

---

<sup>202</sup> Expresión acuñada por el periodista Pau Arenós, autor del libro *La cocina de los valientes* (Ediciones B, 2011) para definir la cocina de vanguardia.

sustancias irritantes o agresivas en la cavidad bucal, (Ibáñez y Barcina, 2001:10). La degustación por su parte implica el reconocimiento de cinco sabores: dulce, salado, ácido, amargo y el cada día menos novedoso umami. Quizás, tal y como explica Mónica Oliva Lozano en su tesis doctoral *El acto de comer en el arte*, en breve tengamos que añadir otro sabor nuevo relacionado con la grasa o lo adiposo, pues hay equipos de investigación que están trabajando en esta línea de la que queda desvelar su principal complejidad: el mecanismo de detección implicado, atribuido a nuevos receptores instalados en la lengua encargados de transmitir el sabor de los lípidos -molécula CD36-, (Oliva, 2013:75).

Con la vista no sólo identificamos lo que tenemos delante, sino que seleccionamos aquello que nos gusta de lo que no nos gusta. La vista nos sirve también para reconocer la calidad de los alimentos (fresco, marchito o apagado, malo). El tipo de presentación de la comida está asociado al nivel o clase de sus destinatarios. Así, en origen la gran cocina, la cocina de las élites, comportaba recreación y escenificación exageradas como sinónimo de prestigio social (tenemos un muy buen ejemplo en una de las muchas obras maestras del cine adjetivado como gastronómico -pues carece de reconocimiento como categoría propia-: *Vatel*<sup>203</sup>). En cambio, en la cocina de recursos, en la cocina humilde, la característica principal ha sido con frecuencia la ausencia de color y la cocina de puchero, la mezcolanza de todo aquello susceptible de alimentar. La evolución social y los nuevos tiempos, la manera de entender el mundo, de vivirlo, dejan su impronta también en la cocina, donde las exigencias, la especialización, la creatividad y la diversidad de productos de mercado disponibles gracias también al comercio y la tecnología de producción y conservación, conllevan o influyen en el desarrollo de nuevas recetas y en emplatados. Estos dan lugar a nuevas y asombrosas creaciones y recreaciones, y esa es la razón por la que en “la nueva estética de la cocina, la presentación de la comida, la luz, el color y la textura están inmersos en la composición del plato que se crea [...]”, (Oliva, 2013:79), porque existe dicha posibilidad.

---

<sup>203</sup> Dirigida por e interpretada por Roland Joffé en el año 2000 e interpretada por Gérard Depardieu, la película está ambientada en la Francia del siglo XVII.

La textura es una de las sensaciones que al hablar de comida mayores deleites suscita. Precisamente sin el juego de texturas y temperaturas potenciado en la cocina de hoy no podría haberse elevado la experiencia sensorial de la cocina<sup>204</sup>.

Finalmente, el oído ha pasado del desprecio al protagonismo de platos, estimulando apetito e imaginación, proporcionando o ampliando la experiencia del sabor, y, en ocasiones, alterando la relación del comensal con la comida a través de la simulación del entorno.

“Aun siendo importante el sentido del oído en la apreciación de un alimento, desde el punto de vista gastronómico no ha tenido una especial consideración. Sólo el auge de la alta gastronomía ha encontrado un lugar en la experiencia gustativa, gracias al chef británico Heston Blumenthal, quien junto con Charles Spencer –profesor de Psicología Experimental de la Universidad de Oxford-, investigó durante varios años el efecto del sonido en la apreciación de la comida. Ambos observaron cómo el volumen y el tono de los sonidos producidos al comer pueden condicionar la percepción sensorial. Así, las patatas fritas, por ejemplo, parecerían más crujientes o, por el contrario, más rancias en función del sonido escuchado”. (Oliva, 2013:80).

“Tras varios experimentos y test auditivos realizados a personas mientras comían, Blumenthal, desde su restaurante The Fat Duck del Reino Unido, galardonado con varias estrellas Michelin, creó Sound of the Sea. Se trata de un plato de fruto del mar (erizos, navajas, mejillones...), extraordinariamente presentado sobre una caja de cristal en cuyo interior hay arena de playa. Se sirve acompañado de una caracola que contiene una pequeña pieza electrónica para emitir, a través de unos auriculares, un paisaje sonoro del mar. Los comensales, al insertarse los auriculares, se ven transportados a un entorno marítimo, que aporta ‘una dimensión añadida al sabor y a la apreciación de la comida, [...] una aproximación multisensorial’. El prestigioso chef vincula, de esta forma, todos los sentidos al acto de comer, activando las emociones que ayudan a sentir el escenario gastronómico creado para degustar su célebre plato”. (Oliva, 2013:81).

---

<sup>204</sup> De la cocina de vanguardia como detonante a integrarse posteriormente en la cocina contemporánea como continuidad en numerosos restaurantes, en los que las nuevas técnicas se han incorporado al recetario sin que tengan por obligación continuar con la exigencia estética de la cocina original.

En cuanto al tacto se refiere, todos tenemos predilección por un tipo de textura en particular. A algunos nos fascinan los crujientes, a otros la suavidad de una *mousse* o la astringencia del vino.

Tanto la exploración de los sentidos, cuyos efectos se han visto acentuados gracias a las nuevas técnicas culinarias, como los estudios o investigaciones científicas al respecto, es decir la ciencia, han ampliado conexiones e implicaciones y demostrado sus diversos efectos. “Han permitido reconocer [...] principios de conocimiento negados por la filosofía clásica, que superan estrictamente lo sensorial y que el arte de finales del siglo XX reclama como punto de partida para desarrollar nuevas propuestas de acercamiento a la experiencia artística” (Oliva, 2013:349). Es a partir de la nueva gastronomía cuando aparece una nueva estética culinaria que, como veremos, a partir de los alimentos e implicando los sentidos establece un diálogo con el comensal. Una cocina que es capaz de trasvasar emociones y suscitar reflexión sobre lo que ha pasado al ingerir alimentos, apoyada por efectos de gracia como el trampantojo, la sorpresa y la ilusión. Entre ambos territorios, sabor y estética fusionados como nunca hasta la puesta en escena de la cocina de elBulli, transita el debate sobre si esta cocina es arte o no.

Vayamos pues con la relación concreta de la comida y el arte.

En el transcurso de la historia la comida ha sido objeto de inspiración. Desde las primitivas pinturas de cuevas y cavernas donde la representación de la caza (del alimento) es el punto de partida, pasando por las naturalezas muertas, el bodegón, la recreación de escenas de mitos y dioses como Baco, hasta las vanguardias, el cubismo o el pop-art, la comida ha suscitado el interés inspirando artistas y corrientes que han capturado objetos o recreado figuras para aludir a distintas significaciones atendiendo al corolario su tiempo (simbolismo religioso, festivo, moralizante, denuncia social, crítica o ensalzamiento de la mercadotecnia...).

El reflejo o la atención por lo gastronómico como tema o hilo conductor de multitud de iniciativas artísticas es hoy en día tendencia, sin embargo, se trata de un hecho recurrente a lo largo de la historia. Sus relaciones con el hombre han ido evolucionando desde la visión contemplativa a la implicación o intervención del público. Incluso llegando a la ingesta o “proceso de integración corporal [...], a la participación de



todos los sentidos en la percepción de la obra”, (Oliva, 2013:347) en aquellos casos en que lo comestible se convierte en materia artística.

Es decir que de la naturaleza muerta de bodegones de alimentos donde se jerarquiza la comida, pasando por las vanguardias -como por ejemplo Dali y su ‘Teléfono langosta’ (1936)- que favorecen el desarrollo del cubismo, hasta el arte del siglo XX donde el artista moderno coloca el consumo como temática artística del que no se escapa la comida -Andy Warhol y su ‘Campbell Soup’ (1962), Claes Oldenburg y sus escultóricas y gigantescas comidas a partir de 1964-, (Oliva, 2013:159-160). Es precisamente este siglo, el siglo XX, el que coloca la comida más que como tema, como material con el que se da vida a la obra artística. Estamos todavía en la fase previa del *eat art*<sup>205</sup>, donde el espectador se convertía en parte activa del impulso artístico y donde el restaurante se transforma en el hilo conductor que dirige a la obra.

La descontextualización de objetos artesanales o industriales a través de una nueva escenificación, hito o revolución artística, nace con Marchel Duchamp. Famoso por extraer de su entorno natural objetos cotidianos, descontextualizándolos y transformándolos en objetos artísticos -*ready-made*-, y arrojando al espectador la dualidad de significado contenida en los mismos, Duchamp abre la puerta a una nueva concepción del arte: el fenómeno mental o una nueva filosofía artística, si se quiere, que dejará en entredicho el concepto de belleza atribuida hasta entonces a las obras de arte. Para Duchamp la belleza no tiene nada que ver con el arte, nada que ver con una determinada estética. Es la mentalidad con la que se observa lo relevante, de tal modo que cualquier objeto puede ser susceptible de convertirse en arte.

El *ready-made* o arte encontrado, influirá considerablemente en el fundador del *eat art*, Daniel Spoerri, artista famoso por sus cuadros-trampa, para quien la cocina es una de las primeras expresiones culturales del hombre. Spoerri abrió su propio restaurante en Düsseldorf, tras permanecer un breve periodo de tiempo en la isla griega de Symi, donde comienza el interés del artista por la cocina. Sus primeras obras pretenden dar cuenta de la sociedad de consumo: utiliza restos de comida para componer cuadros con menaje, artilugios y comida; estos permanecen ensamblados

---

<sup>205</sup> Obras de arte comestibles.

sobre un lienzo a modo de cuadro. Se trata de obras tridimensionales cercanas a los *ready-made* de Duchamp.

A finales de los años sesenta la cocina encuentra un nuevo sentido a través de la figura del artista-cocinero. Es el caso de Allen Ruppersberg que con sus “obras de arte democrático para llevar” (Oliva, 2013:169) dejó claro que aquello del restaurante tenía por encima de todo fundamento artístico: el *Al's Cafe* de Los Ángeles jamás vendió comida. El artista confeccionaba platos incomedibles en el acto y los acompañaba con cerveza o café. Gordon Matta-Clark y su restaurante *Food*, que llegaría a convertirse en el núcleo artístico de Manhattan, se construyó bajo la premisa de la colaboración artística: diferentes artistas de muy distintos ámbitos (fotografía, cine, escritores, poetas, bailarines...) se convertían por un día en chef para elaborar -diseñar y cocinar- el menú diario. Un local de performances en el que trabajaron alrededor de 300 artistas que se ganaban la vida con el *food theater* -el teatro de comida-, (Oliva, 2013:183-216).



Como vemos la conexión del arte y la comida ha permanecido a lo largo del tiempo, y ha necesitado transgresiones, revoluciones o acicate innovador, para crecer y renovarse. También para reavivar el propio debate interno sobre sus relaciones con nuevas aportaciones, trastocado y ampliando el conocimiento humano, instando a revisar teorías y definiciones para avanzar.



El arte. El arte tratado desde la filosofía tradicional para primar la conexión con el instinto (o la animalidad). El arte tratado desde una perspectiva tradicional contemplativa. Pero el arte hoy, en conexión con el acto vital de la comida, invita a la reflexión rodeado de valores morales, sociales, culturales y estéticos, los últimos en llegar.



Matta-Clark Food Restaurant.  
Image <http://thelovage.com/>

Cocina y estética conectados a través de la técnica y el diseño culinario junto a la evolución de sabores mediante asombrosas combinaciones dando lugar a una

experiencia multisensorial que nadie se atreve a clasificar como arte, y que sin embargo ha llegado a presentarse como tal en 2007, cuando la cocina de elBulli aterriza en una de las muestras de arte contemporáneo más importante del mundo celebrada en Kassel, la Documenta 12<sup>206</sup>.

Cómo llega una cocina perfectamente definida, única, nueva, a introducirse en una exposición artística, es una de las dos grandes preguntas que afloran inmediatamente al pensar en lo controvertido que resultó la inclusión de Adrià en la Documenta 12. La otra gran pregunta, igual de imprescindible, es determinar cuáles son los requisitos que debe cumplir una obra para considerarse obra de arte.

Toda cocina conlleva representación e interpretación. La propia experiencia sensorial, cultural y creativa que surge al cocinar está relacionada con la actividad artística y su mensaje. Algo que entendió Ferran Adrià a la perfección, materializando e integrando a la técnica culinaria, al producto y su combinación, es decir, a la evolución culinaria, un nuevo orden en la presentación de los platos servidos en su propia -y entonces asombrosa- vajilla, aportando o construyendo un mensaje nuevo en el que la emoción será uno de sus aspectos más importantes.

Esta recreación junto a la innovación en la comida supuso un nuevo concepto de cocina, una cocina conceptual, tecnoemocional o de vanguardia que, entre otras cosas, conllevó una nueva estética culinaria. Será su afán por convertir el alimento en un vehículo de comunicación, en el que quedan implicados todos los sentidos, lo que favorece o conduce a considerar que esta nueva filosofía coincide en algo con la de los artistas anteriores y sus respectivas iniciativas. El gran desconcierto en esta ocasión es que la propuesta de Adrià nace desde el otro lado, desde la cocina, y no surge o crece auspiciada por el arte, sino que es el resultado del proceso inverso: de la cocina llega al arte.

En su libro *Ferran Adrià, ¿cocinero o artista?*, el filósofo Jean-Paul Jouary cita a Immanuel Kant, “con quien aparece por primera vez una reflexión moderna sobre la

---

<sup>206</sup> La inclusión de Ferran Adrià en la Kassel Documenta, una de las exposiciones de arte contemporáneo más importantes del mundo se abordará en el siguiente epígrafe, una vez queden aquí asentados los principios que autorizan a relacionar cocina y arte.

estética” (Jouary, 2012: 19), para explicar que hasta su *Crítica del discernimiento*<sup>207</sup>, resulta imposible comenzar a desarrollar una filosofía del gusto culinario con la que podamos comenzar a vincular comida y arte. Pero sólo la alta cocina con sus impresionantes acabados, es decir, la cocina evolucionada de manera extraordinaria y en conexión con los sentimientos originada a finales del último tercio del siglo XX, ha acaparado la atención del debate.

Tratando de arrojar luz al respecto Jouary formula “cinco exigencias que permiten distinguir radicalmente la obra de arte de todas las demás clases de producciones humanas”, (Jouary, 2012:22). Partiendo del hecho de que tanto la alta cocina reinventada o reactivada por Adrià y sus creaciones como el arte son fruto del intelecto emocional, -del sentir o inquietud interior-, este filósofo amigo del chef catalán, analiza los elementos tradicionales contenidos en el arte y aceptados en cuanto a admisión de “creación artística”.

La primera exigencia es la exigencia de la originalidad (Jouary, 2012:23), que tiene dos sentidos: original es lo diferente a todo lo anterior y lo distinto, algo no imitado o que no existe. Pero no basta con hacer algo diferente a los demás sino que esa diferencia debe contener, en su origen, las posibilidades de desarrollo para inspirar nuevas creaciones en función de lo anterior. Es decir, se precisan reglas que surgen o se crean al mismo tiempo que la obra original. La reproducción de la técnica da lugar a nuevas creaciones, lo que en el caso de la cocina de Ferran Adrià se cumple en su totalidad (las recetas -ingredientes, procesos y técnicas- han quedado como nuevo estilo de creación culinaria).

La segunda exigencia es la universalidad (Jouary, 2012:23). La subjetividad contenida tanto en la comprensión como en la apreciación del gusto en la huella o impresión que dejan el arte y la cocina, en los que la cultura y la experiencia interior de cada uno son característica y condicionante, no está exenta de su reconocimiento. Todos sabemos que los grandes hitos, independientemente de su ámbito de aplicación o su naturaleza, han necesitado tiempo para asentarse, para alcanzar el consenso de admisión y finalmente acomodarse. Al principio todo movimiento cuenta con afines y

---

<sup>207</sup> Escrita en 1790 está considerada como la obra más influyente de cuantas escribió Kant.

contrarios. Pero toda creación necesita reposo, proyección y aplicación reiterada para finalmente hacerse hueco. Un reconocimiento universal en el que no influye el placer o aversión que provoca la creación de manera individual. La obra puede gustar o no, como explica Jouary en su disertación. La obra puede provocar placer o dejar indiferente, en cambio, siempre es fruto del aprendizaje y desarrollo intelectual. Pero sobre todo, la obra ejercerá una clara influencia posterior creando tendencia. Lo acaecido en el restaurante elBulli supone un antes y un después en la alta cocina. El hecho de que Ferran Adrià haya compartido sus recetas (y técnicas) con el resto de la comunidad culinaria, hizo que ésta pudiera desarrollarse en restaurantes por todo el mundo. Con la cocina de vanguardia se instaló un movimiento culinario internacional, un contexto histórico y una definición, la que aporta Pau Arenós (Arenós, 2011) rastreando la génesis de todo un movimiento cuyo punto de partida fue elBulli. Un hecho ajeno al artífice o creador, quien ha defendido siempre que su cocina es, precisamente, una filosofía, no un modelo. Del mismo modo, con gran respeto se ha desligado por completo de la catalogación de artista.

Al igual que la música no representa nada exterior pero es capaz de emocionar pues sus notas equivalen a la bella representación de algo, el resultado de la cocina, algo tangible y visible, emociona cuando se degusta y provoca la explosión de sentimientos que despiertan gracias a las sensaciones (en las que no sólo destacan sabores e imágenes, textura -tacto- y sonido comparten protagonismo). Esa belleza y placer interior que experimenta el comensal confluyen en una palabra: emoción, algo intangible, personal, íntimo, propio y personal. Tanto la belleza como la emoción están presentes en muchos tipos de obras de las que destaco arte, música y cocina. Arte, en lo que atañe a la representación estética y conceptual; música en conexión con el sonido de los alimentos; cocina por ser la materia prima de expresión. Arte, música y cocina que no dependen únicamente de lo que respectivamente representan, sino que dependen también de cómo presenten lo que quieren transmitir. Con lo que estamos frente a la tercera exigencia (Jouary, 2012:27), la de la representación. ¿Un plato de Adrià es sólo comida? ¿Comida bonita? Rotundamente no. Basta con observar cualquiera de sus

propuestas, como por ejemplo el Deshielo, para trascender el plato con el increíble paisaje comestible lleno de significados<sup>208</sup>.

Siguiendo la filosofía de Kant, Jean-Paul Jouary explica que la belleza “libre” caracteriza un arte desinteresado que no despierta ningún deseo de consumo, ni más ni menos busca la emoción del mismo modo que un poema o un cuadro. En cambio, la belleza “adherente” es la que está presente en un objeto “bello” (sea un mueble o un plato) en su vertiente sensorial, (Jouary, 2012:27). Es curioso porque el autor añade también la palabra “sensual”, un adjetivo que tantas veces sobresale o predomina en el plato. Sensualidad que, por ejemplo, se convierte en auténtico erotismo cuando cámara en mano, interiorizando la filosofía más que la expresión de Cartier-Bresson, “cabeza-ojo-corazón”, buscamos la menor distancia de enfoque y el encuadre más sugestivo como hace el Food Porn<sup>209</sup> buscando en el alimento el encuadre adecuado, la mínima distancia focal entre plano de impresión y plano comestible con el que establecer un diálogo para finalmente lanzar un mensaje.

¿Podemos encontrar “belleza libre” en un plato? A falta de haberme sentado en elBulli pero con el testimonio oral, gráfico y escrito –literario, periodístico- sobre dicha experiencia, parece acertado coincidir y otorgar la razón a quienes defienden la obra del catalán más allá del territorio de la cocina en su conexión con el arte.

Adrià rompe con el convencionalismo de la asociación comida-necesidad porque sus comensales no van sólo a alimentarse, van a comer, sí, pero la comida es un medio catalizador para disfrutar, reír, llorar –como en determinados casos ha ocurrido en las mesas de elBulli, testigo de lágrimas de emoción-. Un sentimiento que trasciende el placer gustativo para alcanzar un placer inmaterial, quizás, -y escribo quizás reprimiendo el deseo de borrar dicho término dubitativo-, de carácter espiritual. Conceptualización -a través de la estética final del plato- y técnica. Dos palabras con las

<sup>208</sup> Desafortunadamente tengo que conformarme con imágenes estáticas, con el vídeo de su transformación y con la credibilidad otorgada a miles de testimonios de comensales y artículos escritos a raíz de su presentación cuando elBulli aún estaba abierto. Sin embargo, el estudio profundo de todos ellos me indican que lo sostenido más arriba en cuanto a representación es una realidad.

<sup>209</sup> *Food Porn* o fotografía de alimentos. Fotografía de cerca, también macro, que permite el máximo acercamiento y con el que se han desarrollado varias modalidades, entre ellas, la de jugar con el encuadre ofreciendo o sugiriendo al observador las connotaciones eróticas de los alimentos y sus formas.

que el chef catalán da vida a un arte en absoluto efímero; todos los que han disfrutado de la experiencia admiten su impresión y cualidades sensoriales como imborrables.

Falta todavía explicar o debatir sobre el entendimiento, la cuarta exigencia que ha de cumplirse para poder hablar de creatividad artística. “Expresar algo más que meras sensaciones, como en pintura o en música, le permite al arte ensanchar nuestro conocimiento de lo real y de uno mismo y profundizar en él”, (Jouary, 2012:28). Siguiendo a este autor y el apoyo del que se sirve a través de las aportaciones de Immanuel Kant sobre el entendimiento en el ser humano condicionado por la mediación del lenguaje, el artes -subraya citando a Kant- “no conoce tales límites de lo indecible y puede proporcionarle al entendimiento una materia rica en contenido y sin desarrollar, que puede comunicársele a otra persona”. Pero Kant se refiere a las “artes”, por lo tanto, cuando tratamos de justificar la comida como arte cabría preguntarse, como hace Jean-Paul Jouary, si esta afirmación tiene sentido en nuestro caso particular. Contestamos que sí cuando, satisfecho el hambre común y contrastados los testimonios, la cocina de Adrià deja huella en todo aquel que la prueba; cala hondo provocando emoción, reflexión, placer y risa, aportando nuevas perspectivas, transmitiendo conceptos, y, en el caso de muchos platos interactuar, como ocurre en ‘Plato con especias’ (1996), por ejemplo, cuyo sabor se recomponía en el paladar una vez ingerida la propuesta cuyo orden de degustación respondía a las agujas del reloj.

La quinta exigencia a la que alude Jean-Paul Jouary toma a los autores Howard S. Becker y Norbert Elias como punto de partida. Para el primero, la innovación estética precisa seguimiento y cooperación de manera estable y regular, de lo contrario no tendría futuro alguno. Para el segundo, la complejidad estriba en discernir hasta que punto la cocina, a la que pretendemos elevar a la categoría del arte, es fruto de la espontaneidad o de una exigencia de la sociedad y el capital (clientela, éxito, dinero, fama). De ahí que Jouary llame exigencia a ambas posturas porque el arte precisa desinhibición y libertad para desarrollarse pues la creatividad no entiende de imposiciones o condicionantes. Cuando Ferran Adrià decide, en 2001, ofrecer un solo servicio; abrir sólo seis meses al año -luchando contra distintos tipos de presión y con la necesidad imperiosa de financiación externa que bien podría entenderse como necesidad del mecenazgo alcanzado por el chef a día de hoy-; implicar a su equipo al que



estimula con su proyecto e investigación<sup>210</sup>; entonces, constatamos como la quinta doble exigencia no sólo se cumple sino que da lugar al mito o la leyenda.

La cocina de Ferran Adrià nace con la base de la cocina clásica, mundialmente aceptada y prácticamente sellada por grandes cocineros franceses como Escoffier, estudiado con minuciosidad por el chef catalán quien asimiló del mismo modo la *nouvelle cuisine* promulgada en 1973 por Alain Chapel y Michel Guérard, para ir creciendo y evolucionando. Su ruptura con el convencionalismo culinario fue posible gracias al profundo conocimiento de todo legado anterior, siguiendo los pasos o en concordancia con las exigencias de la evolución artística. En su cocina, perfectamente documentada hoy, convive una confrontación: con lo anterior, contra lo anterior (Jouary, 2012:92). ¿No es esto exactamente el mismo efecto que provoca la observación de grandes artistas que con sus obras nos hicieron cambiar radicalmente de óptica, arrinconando prejuicios, barriendo reglas, creencias, leyes o estamentos?

El trampantojo, los contrastes de sabor y color, la armonías de sabores, el impacto a través de la textura... Deconstrucción, desmaterialización, sorpresas, ilusión. La mayoría de los platos servidos en elBulli se presentaban en recipientes concebidos para que la forma, la materia y el color se aliasen con el contenido porque la intención de Ferran Adrià “no era servir platos, era servir emociones [...]”, (Jouary, 2012: 86). ¿No es esta una aspiración artística?

Del mismo parecer es Mónica Oliva Lozano para quien “[...] no hay duda de que elBulli y lo que vivían sus comensales –no su comida, sus recetas, sus cocineros o las nuevas técnicas elaboradas en su taller de cocina creativa, sino esa experiencia integral, esa acción o representación que empezaba al entrar por la puerta y terminaba al salir, y donde la comida constituía el elemento catalizador- ha pasado a formar parte del arte” (Oliva, 2013:353).

---

<sup>210</sup> Ese año elBulli pasa a ofrecer un sólo servicio (cena) y abrir únicamente 6 meses al año. La demanda real del público del que fuera mejor restaurante del mundo, entonces con tres estrellas Michelin y con el precio más barato dentro de su categoría, era de 2.500.000 personas al año, de los cuales conseguían mesa 8.000. Datos de Jean-Paul Jouary en Ferran Adrià, ¿cocinero o artista?, pp. 11-14.

Apoyándome en estos autores sostengo la misma idea pues partiendo del pasado, trabajando desde la cocina y no desde el arte, Ferran Adrià dio origen a algo nuevo, creó e innovó de tal modo que su evolución culinaria y personal le llevó, en 2005, a definir la cocina como “un lenguaje mediante el cual se puede expresar armonía, creatividad, felicidad, belleza, poesía, complejidad, magia, humor, provocación, cultura”<sup>211</sup>. Su talento nos lleva a observar esa cocina más allá del gusto, añadiendo o involucrando el resto de sentidos que dirigen el pensamiento hacia un nuevo entendimiento. Quizás ahora pueda escribir sin miedo la palabra “espiritual”, porque sin duda alguna esta cocina permanece conectada a las bellas artes, mezcla de razón y emoción.

La dirección de Ferran Adrià es otra de las grandes características que a veces pasamos por alto. Todo el proceso del comensal, desde su llegada al restaurante hasta su final, constituía una experiencia única multisensorial que era posible gracias a un solo catalizador deliberadamente concebido: la comida como nunca antes se había visto, oído, degustado, interpretado, sentido. Ese efecto es exactamente la aspiración reconocida de Adrià: cambiar la percepción de la gente a través de la cocina, de tal modo que sus efectos, lejos de perecer tras la ingesta, se asentaron integrándose en el pensamiento de todo aquel que la probó.

Es la intención, transgresora como lo fue la aportación de Duchamp con su propuesta sobre el cambio de óptica, la que coincide en el trabajo de Ferran Adrià, quien puso el foco de atención en el proceso y efectos de la creación culinaria, no en la creación en sí, alcanzando con ello la evolución de la cocina<sup>212</sup>. Vinculando la experiencia gustativa con la sensibilidad artística y el impacto emocional. Un hecho a todas luces revolucionario que merece el lugar que sin duda ha ocupado con derecho propio en la historia.

---

<sup>211</sup> Punto 1 de los 23 que componen la síntesis de la cocina de elBulli.

<sup>212</sup> Conclusión que reafirmo cuando tiempo después de escribir este texto, visito la exposición en el Espacio Fundación Telefónica en Madrid. *Ferrán Adrià. Auditando el proceso creativo* (29 de octubre de 2014-8 de marzo de 2015).

### 2.2.4.2 Apuntes sobre el universo creativo de Ferran Adrià

#### ***Kassel 2007, Documenta 12***

Como he tratado de demostrar, la cocina con un lenguaje propio o particular puede quedar inscrita en el ámbito artístico, y por tanto contribuir a esa concepción cultural al margen de las ciencias culinarias, sino en conexión con las artísticas, humanas y sociales. Y todo ello, en parte, gracias a la cocina de vanguardia o tecnoemocional alumbrada a finales del siglo XX. Esa nueva forma de diálogo entre cocina y arte que consiguió crear un movimiento culinario propio.

Entre los diferentes efectos y sentimientos que provoca el arte encontramos el diálogo que se establece entre la obra y las características de lo que representa, ya sea una obra pictórica, literaria, musical o escultórica. Es Ferran Adrià, sin quererlo o buscarlo, el responsable de la unión entre la cocina moderna y una nueva concepción artística. Es decir, que por primera vez en la historia, su cocina conceptual (original, sorpresiva, poética, sensorial) transforma o modifica el papel del cocinero, equiparando función y resultado en una expresión artística en la que el comensal también es parte de la obra.

El universo creativo de Ferran Adrià ha recibido gran reconocimiento tanto en el terreno profesional como en el académico<sup>213</sup>. Un reconocimiento social en el que se aúnan el esfuerzo y la perfección en el hacer, y en la explotación de la comida como recurso estético en el que cada pieza comestible habla de sus ingredientes, transporta al comensal emocionándole a través de los sabores, las



**Ferran Adrià visto por el célebre dibujante de los Simpsons, Matt Groening**

<sup>213</sup> La aceptación del mundo académico a la obra de Ferran Adrià se traduce en tres reconocimientos del máximo reconocimiento honorífico: Doctor Honoris Causa a propuesta de la Facultad de Ciencias Químicas de la Universidad de Barcelona en 2007; Doctor Honoris Causa por el Departamento de Humanidades de la Universidad de Aberdeen (Escocia) en 2008; y, Doctor Honoris Causa por la Facultad de Tecnología de los Alimentos de la Universidad Politécnica de Valencia en 2010.

texturas (en las que se incluye sonoridad) y los olores. Su cocina es sensorial, por encima de todo.

El menú, convenientemente ensayado y ofrecido siguiendo un orden estudiado, cual partitura, sin género de dudas está pensado para establecer un tipo de diálogo y pasa a convertirse en expresión gastroartística -otro cocinero a tener en cuenta que trabaja este tipo de relación con la comida introduciendo la música será Andoni Luis Aduriz del restaurante Mugaritz; parte de su carta en determinados momentos ha estado en consonancia con piezas musicales<sup>214</sup>, por citar uno sólo de estos aspectos- .

Este juego entre el diálogo de la cocina y el arte se ha dado en otras épocas (el genial Leonardo da Vinci y el compositor Gioachino Rossini fueron además de artistas cocineros creativos). Al examinar de cerca las relaciones de la cocina y el arte encontramos que “dentro de las analogías entre las dos disciplinas, identificamos el proceso creativo [...] cuyo resultado último es la sublimación y estimulación de los sentidos en el espectador o en el comensal”<sup>215</sup>. En el caso de la cocina de Adrià ese proceso creativo capaz de remover y despertar sentimientos amplía el universo emocional de cada comensal al degustar sus platos. Es precisamente esa manera de concebir la cocina, con su estética japonesa (juegos de colores, proporciones pequeñas, texturas, diseño...) y con la sorpresa del sabor (casi siempre a través del engaño entre lo que vemos, lo que parece, lo que esconde en su interior, confirmando o sorprendiendo por el sabor...) lo que conmueve. Adrià busca la fascinación del ser humano a través de un diálogo inserto en un menú excepcional, donde la comida emociona y traspasa bocado a bocado, exactamente igual que lo haría si, en lugar de comer, estuviésemos escuchando, por ejemplo, y recurro aquí a mi particular territorio emocional, la *suit n.º 1* en Sol Mayor de Bach en manos del violonchelista Mischa Masky, o a Clint Mansell y su inagotable ‘*Death is the road to awe*’; o admirando el colorido y las evocaciones que por muchos motivos suscita *París desde mi ventana* de Marc Chagall. Rozamos la inspiración que ha dado lugar su cocina con una pieza musical propia: *El libro de las ilusiones (Homenaje a Ferran Adrià)*, ideada por el compositor francés Bruno Mantovani.

<sup>214</sup> Mugaritz BSO es el documental que explica esta experiencia.

<sup>215</sup> Marta Arzak y Josep María Pinto, *Participación de Ferran Adrià en la documenta 12*, en *Comida para pensar, pensar sobre el comer*, 2009. Barcelona, Actar. p. 92.

Adrià, que por encima de todo es cocinero y que se ha alejado de cualquier catalogación artística, se ha acercado al arte a través de la cocina, dejando claras las conexiones con otros mundos (creativo, artístico y científico), revolucionando la relación del hombre con la comida y situando la cocina en el centro de la sociedad.

No son solo los sentimientos que provocan sus creaciones lo que debemos tener en cuenta a la hora de juzgarle, sino la apertura multisensorial por él propuesta. Cada temporada y hasta el día de su cierre<sup>216</sup>, elBulli ofrecía anualmente un menú en el que no se repetía ni uno solo de los platos. Todos eran creaciones originales en las que la historia a contar comenzaba a dictarse en la cocina y culminaba con la narración de la experiencia íntima de cada comensal.

Sobre sentimientos y experiencias conviene recopilar, al menos, unas cuantas verdaderamente significativas en relación con el menú ofrecido en elBulli.

*“[...]. Aunque los aspectos técnicos del plato son impresionantes y fascinantes, lo que permanece es la complejidad y profundidad de la experiencia, que creo que es precisamente la cualidad que ha motivado la inclusión de Ferran Adrià en la documenta. Conecta la boca con los ojos, evoca la mitología, desata la memoria. Recuerda a los dulces encantados de los libros infantiles y a la decadencia del arte y la literatura simbolistas. En el elaborado desarrollo de la cena, con sus extrañas combinaciones de sabores y transformaciones exóticas de la materia de un estado a otro, el huevo dorado supuso una pausa perfecta y deslumbrante. Al morderlo, su dulce corteza de caramelo estallaba y su relleno de yema fluía instantáneamente a través de la garganta. Una repentina sorpresa me hizo reír y llorar. Fue un momento de alegría pura y nunca lo olvidaré”.*

***Extracto de la carta de Russel Storer tras cenar en elBulli. Documenta Kassel (16/06 – 23/09, 2007).***

---

<sup>216</sup> Ferrán Adrià sirvió la última cena en elBulli el 30 de julio de 2011. Previamente, el anuncio del cierre del restaurante por dos años en los que se transformaría en una fundación (realizado en la cumbre gastronómica Madrid Fusión, 2010), Adrià fue portada de los periódicos más relevantes del planeta.

*“Comer en elBulli es una experiencia de orden místico. Se comen cosas que son a la vez todo y nada, aire y tierra, fuego y hielo. El instante del placer es una iluminación. [...] Siempre que confiaba en mi saber y en mi experiencia y creía saber lo que me esperaba, me sentía burlado. El sabor era o bien de repente peligrosamente explosivo, o bien increíblemente armónico o en cualquier caso completamente distinto de lo que me imaginaba. Me acordaba de las películas de David Lynch, que en parte no se pueden descifrar con el pensamiento racional, o de la música de Anton Bruckner, de los cuadros de Rothko y de muchas cosas más. Sin embargo las comparaciones son difíciles y explican poco”.*

**Extracto de la carta de David Hoch-Classen y Aldo Duelli tras cenar en elBulli. Documenta Kassel (16/06 – 23/09, 2007).**

*“¿Para qué necesitamos aire de parmesano? ¿Significa el aire de parmesano oler, saborear, sentir, experimentar y comprender? Mi debate personal con elBulli se acaba reduciendo a dos palabras. Por qué y para qué. Para qué este tipo de cocina que no puede alimentar a nadie y por qué este tipo de cocina que puede alimentar a la humanidad. Nadie necesita la cocina de elBulli, pero la humanidad necesita la confrontación con la cocina de elBulli. Uno no puede llegar a hacer variaciones sobre los platos magistralmente cocinados si no sondea los sentidos. ¿Pero quién es capaz en nuestra sociedad de saber abrirse a todos los sentidos? Ferran Adrià me ha enseñado que hay otras posibilidades de enfrentarse al tema de la comida. El planeta del arte culinario. Mi resumen personal: ¿dónde empieza el arte de la cocina y dónde acaba? La cuestión no pude responderla después de 46 platos”.*

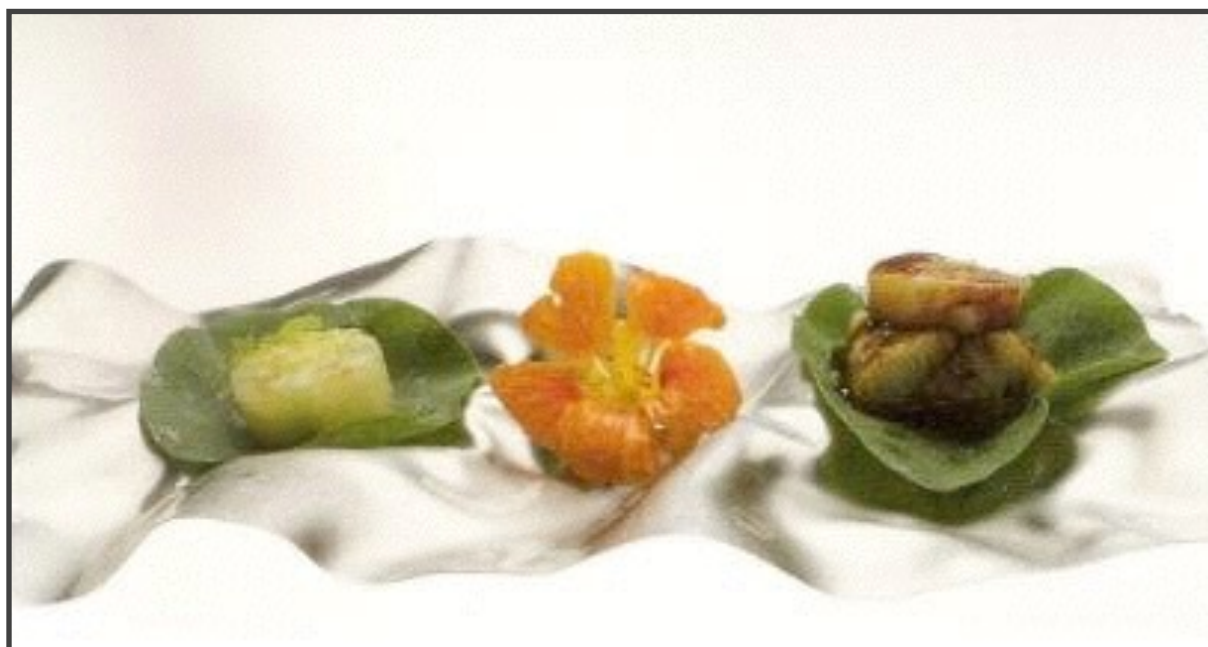
**Extracto de la carta de Thomas Ernst tras cenar en elBulli. Documenta Kassel (16/06 – 23/09, 2007).**

La sensibilidad de Ferran Adrià, lo arriesgado de su apuesta, ha hecho que el mundo entero se replantee la cocina. Su proyección internacional y la escuela que ha

dado lugar<sup>217</sup> son sólo una parte del éxito de uno de los grandes personajes contemporáneos.

No obstante, la comida, entendida como un nivel del arte superior no se interpreta del mismo modo que una actuación musical en la que cada interpretación depende de la personalidad del músico. Comer supone mayor implicación que escuchar ya que la participación física y las reacciones individuales requieren un mayor grado de responsabilidad.

También requiere la presencia encubierta del artista, el autor, para lograr la consumación”, (Hamilton, 2009:57). Creo que esto es lo que tratan de explicar los tres comensales cuyas cartas se han reproducido con anterioridad.



Hoja de capuchina con anguila ahumada y tuétano de ternera.  
Serie 'Mar y Montaña'. Receta Ferran Adrià nº 1404.

Todos asistieron a las cenas que elBulli ofrecía como 'expositor' en la feria de arte internacional *Documenta Kassel* durante el verano de 2007. Era la primera vez que la cocina formaba parte de una exposición cultural y artística. Con el testimonio de estas

<sup>217</sup> A pesar de que algunos críticos le hayan reprochado haber creado una generación de cocineros incapaces de realizar algo diferente a esferificaciones o deconstrucciones más o menos exitosa. En este sentido, me pregunto hasta que punto esto es una responsabilidad del catalán o si deberían haber llegado con esa formación aprendida o básica, que por otro lado presuponemos lógica en la formación de un cocinero, a las cocinas de elBulli.



personas, aun no sabiendo lo que es estar sentado en una de las mesas de elBulli, el lector y yo misma alcanzamos a comprender mejor tanto su arte como su filosofía. En elBulli las comidas son largas sesiones en las, como vemos, a tenor de las experiencias se despiertan los sentimientos estimulando el paladar; esa serie de sensaciones, descritas por los que han cenado en el restaurante de Cala Montjoi, “se aproximan más a la literatura que a ninguna otra expresión artística. No se trata sólo de que se hayan seleccionado los mejores ingredientes y los haya cocinado a la perfección, no se trata de que hay creado un estilo único para preparar y presentar una infinidad de placeres orales: la genialidad de Adrià reside en su intención de desarrollar y refinar un lenguaje con lo que comemos”, (Hamilton, 2009:53). Adrià no sólo ha revolucionado la cocina con su interpretación sino que ha dotado literalmente al ámbito culinario de un nuevo lenguaje nacido de la técnica y la innovación descubiertas y empleadas por el chef catalán. Es un lenguaje técnico que está dando muchísimo juego dentro del ámbito literario y, cómo no, en los medios de comunicación. Pero además su obra ha dado pleno sentido al enfoque culinario profesional que lo emplea, dotándolo de un corpus teórico novedoso apoyado en novedosa terminología<sup>218</sup>.

La cocina de Ferran Adrià es, definitivamente, una cocina artística en la que están presentes los lenguajes, incluso los simbolismos (baste con echar un vistazo a su carta<sup>219</sup>). De estos lenguajes, uno tiene que ver con el discurso espiritual y el otro es meramente técnico. Por un lado tenemos el lenguaje de las emociones que es el que está en conexión directa con el arte, y por otro, el léxico propiamente dicho que refiere a la técnica empleada en la construcción de recetas y que ha pasado a integrarse en el ámbito culinario profesional.

La importancia de un lenguaje propio es crucial para comprender la gastronomía a fondo y para comprender el auge que en estos momentos experimenta lo gastronómico, tanto a nivel culinario profesional como siendo protagonista absoluto de informaciones, reportajes y noticias en medios de comunicación generalistas y

---

<sup>218</sup> Terminología que se emplea en todas las universidades gastronómicas y culinarias del mundo y que es el eje docente-culinario de la Basque Culinary Center (Universidad de Mondragón, Guipuzcoa).

<sup>219</sup> El menú de elBulli se abre con su propia simbología. Glifos que indican la categoría del plato.

especializados. Hace ya algún tiempo asistíamos a uno de estos cambios históricos del periodismo español; antes lo he mencionado, pero al mismo regreso por relevante de nuevo en este epígrafe, la decisión de *El País* que, en su edición digital, decidió incluir el apartado *Gastronomía* como sección propia de la redacción de *Cultura*. Lamentablemente y como hemos visto en páginas anteriores, el pasado año la dirección del diario cambió de parecer y reubicó la gastronomía en la sección de *Estilo* junto a *Gente y Moda*.

Esa necesidad de hacer llegar al lector la verdadera magnitud e importancia de la cocina, donde cabe la más sencilla de las recetas hasta la más compleja elaboración, la historia del hombre y su alimentación, sus relaciones con el arte, la literatura, el cine, también la tecnología, la ciencia, etc., será uno de los motivos por los que a partir de la muerte de Franco, hecho que posibilita la apertura del país, la revista gastronómica va a desarrollarse.

A día de hoy, inmersos en una espectacular crisis, la revista gastronómica de papel está desapareciendo, se está trasvasando al terreno digital como único soporte, caso de la revista *Cocina Futuro*; o el proclamado cierre definitivo por la prensa<sup>220</sup> de iconos gastroperiodísticos como *Vino+Gastronomía*, cuya dirección sostiene sin embargo o a pesar de la prensa, que se trata de “una fase temporal en una cabecera que no termina, que hay que repensar”<sup>221</sup>. La revista gastronómica es más que una escueta gama de cabeceras donde la cocina es algo más que ocio o necesidad: se ha convertido en materia cultural con la que nutrir los intereses intelectuales de un buen número de lectores que buscan información, formación y experiencias. Sin embargo, a pesar de su importancia tanto en términos periodísticos como divulgativos, su historia permanece en parte desconocida para gran parte del público<sup>222</sup>. La que sigue es su recopilación, su merecido puesto destacado dentro de la historia del periodismo y su especialidad.

---

<sup>220</sup> Así lo publicó Mercado del Vino el 30-12-2014. “La revista *Vino+Gastronomía* desaparece definitivamente”. Disponible en <http://www.mercadosdelvino.com/la-revista-vinogastronomia-desaparece-definitivamente/>. [Última consulta 18-05-2015].

<sup>221</sup> En conversación telefónica de la autora de la presente tesis doctoral con Sofía Magaña, directora de la publicación, marzo de 2015.

<sup>222</sup> También para buena parte de las nuevas generaciones, seguro, a juzgar por el sondeo que cada año realizo a los estudiantes del curso Periodismo Gastronómico y Nutricional de la UCM.

## **Parte III. La Revista Gastronómica en España**



### 3. 1 La revista

Si queremos establecer con corrección un listado de publicaciones periódicas en relación con la gastronomía y la cocina, en primer lugar tenemos que establecer las reglas de lo que entendemos por revista, para después, conforme a los resultados y a partir del concepto de gastronomía anterior, proceder a la clasificación de las publicaciones españolas destinadas al público interesado en dicha materia, las cuáles presentan diferentes características o pertenecen a distintas modalidades, a pesar de su ineludible o incuestionable nexo de unión.

Sobre la primera cuestión, la revista, a estas alturas en el terreno periodístico apenas caben dudas. Como es lógico la invención de la imprenta durante el siglo XV trajo consigo la primera fórmula de difusión de información: las hojas de noticias (Garbisu 2014:11). A pesar de que desde entonces la palabra revista se ha aplicado a infinidad de productos periodísticos con distintas características y periodos de publicación, el término revista tardó en asentarse y adquirir el significado que se le atribuye hoy. Su asentamiento, tal y como lo conocemos, se debe a la aparición del periodismo de masas de principios de siglo XX.

En los siguientes subcapítulos expondré cuestiones generales sobre la definición, concepto, tipología de publicaciones, públicos destinatarios y características editoriales y de mercado de la revista en su sentido más amplio. Posteriormente y a partir de sus distintas posibilidades de clasificación, detallaré las razones por las cuales creo que se debería desdoblar o dividir la raíz temática común “cocina”, en la que habitualmente se encasillan tanto cocina como gastronomía, en cuanto a tipos de publicación se refiere y a la hora de su clasificación, bien para cuantificar públicos, bien para catalogar publicaciones.

Como no puede ser de otro modo esta propuesta parte de la aceptación o asentamiento de la especialización gastronómica –con conexiones culturales y sensitivas que van más allá de la función alimenticia, es decir, bajo una dimensión multidisciplinar y transversal con la alimentación, la cocina y en la que el mundo del vino también queda inserta, son hilos conductores hacia la redacción de contenidos- y la culinaria entendida

en su sentido mas práctico, como dos tipos de especialización diferentes, con un nexo común, la comida, pero con características distintas a la hora de ofrecer el producto periodístico denominado revista. Las características de una y otra especialidad pueden converger o confluir en una misma publicación que sin embargo se inclinará, mayoritariamente, por uno u otro tipo de contenido a la hora de dirigirse al público; en función de esa catalogación se clasificará el grueso de cabeceras que componen esta investigación.

### 3.1.1 Definición y concepto

Tal y como señala Margarita Garbisu Buesa, a mediados del siglo XIX la definición del término revista como publicación periódica aparece definida en 1852 en el Diccionario de la lengua española como “papel periódico en forma de libro, por cuadernos, sobre materias políticas, científicas o literarias”, (Garbisu 2014:11).

“En 1852 los académicos limitaban estas publicaciones periódicas a tres campos: a lo político, lo científico y lo literario; lo cual tampoco es decir demasiado desde los parámetros actuales, porque entonces estas materias abarcaban prácticamente toda la sabiduría. Aun así, tuvieron que treinta años para que la definición se modernizara y adquiriera la concepción de hoy día: una publicación periódica en cuyas páginas cabe o un conglomerado de asuntos y disciplinas diversas o, por el contrario, la máxima especialización”. (Garbisu 2014:11)

Algo más tarde, en 1884, señala esta misma autora, la definición se modifica quedando del siguiente modo: “Publicación periódica por cuadernos, con escritos sobre varias materias, o sobre una sola especialmente”, (Garbisu 2014:11), entrada que continúa vigente.

Siguiendo la misma línea comprobamos como la definición aportada en su entrada número cuatro por el Diccionario de uso del español de María Moliner, acota el término revista señalando que se trata de una “publicación que aparece periódicamente con artículos e información sobre distintos asuntos o referentes todos a una materia determinada”.

En el libro *El mercado de revistas en España* Fernando Cabello admite el amplio contenido que encierra la voz “revista” (Cabello, 1999:17). Revista es un término adoptado que proviene de la expresión inglesa ‘*magazine*’, que a su vez debe su naturaleza a la palabra francesa ‘*magasin*’, construida a partir del vocablo árabe anterior ‘*makhazin*’, cuya traducción es almacén o lugar para guardar las cosas. Y, efectivamente, no podemos imaginar término más apropiado para definir un producto periodístico que con naturalidad instruye y entretiene, y al que, asimilado o perfectamente integrado, cuesta renunciar. A pesar de que pueda afectarle la actual coyuntura económica y social que verdaderamente hace peligrar su rentabilidad y viabilidad como medio de expresión y comunicación, y por tanto, como modelo de negocio, la revista sigue siendo un



producto periodístico trascendental. Y ya sea en soporte papel, actualmente tan convulsionado, o en ventajoso comodín digital, a la revista ha de quedarle por fuerza mucha vida por el juego y la capacidad de especialización que tanto periodistas como lectores encontramos en ella.

Con respecto al término magazine, cabe destacar que en ese almacén donde cabe todo (“textos, fotos, informaciones, cuentos, poesías, cosas útiles e inútiles”<sup>223</sup>), la pretensión es la diferenciación del tradicional y embrionario producto periodístico, el periódico.

La revista, sea genérica o especializada, responde o ha respondido a otros productos con distinto nombre pero de características similares como son: el semanario (publicación cuya principal característica distintiva es la periodicidad semanal); el dominical (habitual revista que acompaña a los diarios cada fin de semana, cada domingo. La misma abarca temas variados de actualidad e interés general); la gaceta (término o expresión que ha quedado para designar principalmente a aquellas publicaciones periódicas que no tratan de política sino de algún ramo especial de la cultura o la administración); o el *fanzine*, acrónimo de *fan-magazine*, que responde a sus propias características de producción (medios económicos escasos, poca tirada y distribución); también la publicación digital u on-line dado que la prensa ha ampliado o trasvasado contenidos a la red, donde la revista también tiene cabida, incluso donde cada día es más habitual que nazcan publicaciones, incluida la revista (Garbisu 2014:13-14).

Si comparamos estas definiciones con las que dedican diccionarios de otros países, debemos admitir cierta ventaja periodística, lógica en buena parte, dada su emancipación histórica, académica, también comercial. Tal es el caso de Gran Bretaña o de Estados Unidos. En *The Random House Dictionary of the English Language*, citado por Fernando Cabello (Cabello 1992:17), se define la revista como “una publicación editada periódicamente, que contiene historias, ensayos, poemas, etc., obra de escritores, fotógrafos y dibujantes, normalmente especializados en una materia o área particular

<sup>223</sup> Pérez Iriarte, J., (1986). El “magazine”, en VV.AA., Enciclopedia de periodismo: el periodismo escrito, Barcelona, Mitre 1986, pp. 153-277. Citado por Margarita Garbisu Buesa en la Unidad didáctica 1, “Qué es una revista”. En *Revistas*, (2014). Madrid, Centro de Estudios Económicos, p. 12.

como puede ser aficiones, noticias o deporte”. Una definición que concreta algo más y que aporta un término en el que habremos de engrosar a nuestra revista gastronómica (por tratarse del vocablo que, de entre los dados, se acomoda mejor). Me refiero al término afición, que es uno de los lugares en los que se mueven las revistas gastronómicas españolas en la actualidad.

En cualquier caso, de entre las entradas de los diccionarios seleccionados obtenemos las claves de las características que proporcionan a la revista en sentido general tal denominación. Por un lado, la “periodicidad” y por otro, una temática “variada, especial o determinada” que se corresponde con una “afición” o interés del público lector.

Sin embargo, debemos contemplar también el punto de vista pragmático que procede de aquellos que ejercen el periodismo. Para hacernos una idea del concepto que el gremio periodístico emplea para designar la revista, podemos recurrir a las diferentes aportaciones desarrollados por sus profesionales.

Entre ellos, aunque ya lejano pero no anticuado, destaca el aportado por Juan M<sup>a</sup> Guasch en 1990 en la obra *La Prensa*<sup>224</sup>, donde define la revista como una “publicación no diaria, que puede elaborar la información debido a la periodicidad semanal, quincenal o mensual. Las revistas pueden ser de información general o especializadas. El tratamiento informativo propio de las revistas está siendo imitado por los diarios con la finalidad de individualizar los contenidos y de llevar a cabo un análisis en profundidad de los hechos que les permita competir con los medios audiovisuales. La prensa diaria está imitando también el diseño de las revistas”. Vemos que además de englobarla, esta definición proporciona algunas pistas sobre el tratamiento de sus contenidos al tiempo que anuncia la evidencia del traspaso estético y de presentación de contenidos de la revista hacia la prensa diaria, aspecto este último del que estamos siendo testigos en la actualidad.

---

<sup>224</sup> Guasch, Juan M<sup>a</sup>, *La prensa*, en Carrera Páramo, Juan Antonio (ed.), *Introducción a los Medios de Comunicación*, Madrid, Ediciones Paulinas, (1990), p. 199. Cit. por Fernando Cabello en *El mercado de revistas en España*, Barcelona, Ariel Comunicación, (1999), p. 18.

Con el deseo de ampliar el concepto de revista, podemos echar mano también a los términos jurídicos, de entre los que destaca el aportado por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) que originariamente diferenciaba “revista y publicación” de “publicación técnica y profesional”, además de separar en apartados a “suplementos, publicaciones de reclamos publicitarios, guías telefónicas y anuarios”. Sin embargo, tras diferentes modificaciones la OJD define bajo el paraguas “publicaciones periódicas”, donde queda inmersa nuestra revista gastronómica, a la “comunicación impresa, puesta a disposición del público a intervalos de tiempo regulares de tiempo, bajo el mismo título, en serie continua, con fecha y numeración correlativas”<sup>225</sup>.

Las revistas, bajo la premisa del entretenimiento, narran historias, incluyen artículos, crónicas, informaciones, noticias... también publicidad -con la que como sabemos se sustentan-. Son, en definitiva, importantes herramientas de divulgación al tiempo que negocio. Y como tales deben cumplir, igualmente, esta serie de características que la confirmen como tal.

No cabe duda de que el origen de tan brillante soporte, continente de todo tipo de información, responden a la necesidad de los lectores de conocer y comprender los cambios culturales, científicos, económicos, sociales y políticos que se han producido durante la segunda mitad del siglo XX; así lo señala Concha Edo en el artículo *Las revistas e Internet como soportes del periodismo especializado y la divulgación*, y así lo ratificamos hoy, junto con su aclaración sobre dos temáticas que “han avanzado desde sus particularidades pero las tienen una larga tradición en la prensa escrita y ambas también han tendido que adaptarse a las exigencias periodísticas marcadas por los avances tecnológicos”, (Edo 1999:78). Son la información cultural y la información económica.

De este modo la revista constituye el soporte estrella de la especialización periodística y durante años la estrella también de un sector tan dañado a día de hoy como el periodístico.

---

<sup>225</sup> OJD, dossier “*Normas técnicas de control de publicaciones*”, p. 3. Disponible en: <http://www.ojd.es/files/264-3-archivo/NORMAS%20TECNICAS%20DE%20CONTROL%20DE%20REVISTAS%20marzo10.pdf>. [Fecha de consulta: 09.03.2012].

Con todo lo anterior, ratificamos lo que entendemos por el término y concepto de revista: una publicación periódica, es decir, regular o con periodicidad estable, de temática variada o particular; hoy además las revistas cuentan con una potente prolongación en formato digital. Pero independientemente del soporte, una revista es una publicación en la que se incluyen escritos que suelen corresponderse con los géneros periodísticos en cuanto a tratamiento y presentación, pero en cuyas páginas tienen cabida otras formas de expresión como ilustraciones, dibujos o poemas, por citar algunos sin entrar en temáticas definidas, y que tratan de satisfacer a un sector de la población lectora que responde a diversos intereses, o a un interés concreto, de ahí la especialización o definición del producto de este tipo de publicaciones.

La sociedad demanda y consume información a través de diferentes canales, y las revistas siempre han respondido a esa necesidad de ampliar y profundizar en temáticas o asuntos que requieren de pormenorizada explicación o amplia contextualización y que, dada su extensión o complejidad, no hallan hueco en la prensa diaria cuya lectura ha de ser ágil, directa, rápida.

La revista continúa siendo el lugar natural de ese tipo de enfoques o tratamientos de fondo a la hora de afrontar la complejidad de su tiempo; la revista proporciona el espacio necesario para desarrollar esta labor informativa, cultural, divulgativa y de entretenimiento; y, al tiempo, garantiza la tranquilidad de su lectura presuponiendo el interés de un lector ávido de información, detalles y un estilo periodístico depurado, más o menos literario.



### 3.1.2 Especificidades de la revista

Tradicionalmente se han establecido varias líneas de especialización en las revistas que se han mantenido a lo largo de los años. Estas especificidades son la periodicidad y la segmentación de públicos en función de dos grandes bloques: general y específico.

Con respecto al primer campo, el de la periodicidad, resulta evidente que la misma debe ser más amplia que la del periódico. Sin embargo, se establece que para que una revista pueda ser considerada como tal, no debe publicarse más de tres veces por semana, (Cabello 1999:17). A lo largo de la historia de la revista hasta la actualidad es posible encontrar cabeceras con diferente rango de periodicidad (semanal, quincenal, mensual, bimestral, trimestral, cuatrimestral, semestral, incluso anual y bianual según los casos, -en periodicidad tan amplias hablamos de publicaciones especiales de investigación o recopilación de actividades relacionadas con empresas, asociaciones, u organismos oficiales, es decir, no son revistas al uso-). La franja de tiempo entre un número y otro viene en gran medida condicionada por la temática y especialización en cuanto a contenidos se refiere.

Si prestamos atención al público al cual se dirige la revista, encontramos la división habitual entre público total o genérico, y público específico. El primero se caracteriza por englobar todo tipo de perfiles sin distinción de género, edad, estrato social o nivel cultural. Se trata pues de publicaciones de interés general que abordan todo tipo de temas al objeto de alcanzar el mayor número posible de lectores. En relación al segundo, el equipo editorial dispone de datos fehacientes sobre la segmentación de públicos, es decir, sobre el público concreto al que se dirige su publicación, que puede dividirse en función de características de pertenencia a grupo, género y/o intereses.

En cuanto a la especialización cabe ampliar lo anterior atendiendo al enfoque periodístico y el diseño. Dado que la revista es el espacio desde el cual ampliar, profundizar y observar un determinado tema, la misma ofrece contenidos donde la reflexión, la detección de temas relevantes y su desarrollo, la interpretación y la opinión

adquieren bastante peso. Entretener y ampliar conocimientos son los polos complementarios que principalmente trabaja la revista especializada, independientemente de su temática. Y todo ello sin perder de vista el diseño. La imagen global (tipografía, color, ilustraciones, fotografías, destacados, etc.) y su distribución en cada una de las páginas) es uno de los distintivos principales ya que no sólo sirve para diferenciar a golpe de vista una publicación de otra, sino que a través de su observación también es posible adivinar la calidad, alcance y profundidad de la revista, así como las características del público al que se dirige.

Por todo lo anterior, concluimos que una revista es una publicación periódica, que puede atender a un espectro amplio de temas o por el contrario abordar una temática en particular. En el primer caso estaríamos ante una revista de carácter general, y en el segundo ante una revista especializada. Ambas se construyen a través del trabajo elaborado por periodistas en los que se combinan imágenes y textos al objeto de divulgar información; la misma se complementa con el análisis y la opinión. El peso de una y otra dentro de cada publicación es una cuestión libre que atañe a cada proyecto editorial.



### 3.1.3 Mercado de revistas. Cuestiones generales

Una de las razones por las que un determinado grupo editorial decide poner a la venta una revista, se debe a la detección de un determinado nicho de mercado que estaba sin cubrir. Pero hay algunas más, como por ejemplo las razones eminentemente comerciales que pasan por la estacionalidad y las modas, que no obstante suponen grandes oportunidades de negocio si se detectan a tiempo y pueden introducirse en el mercado de revistas con productos de calidad (esta elección siempre es libre y recae en el equipo editorial, sobre el tipo de proyecto que deseen lanzar). En este sentido la revista es un mercado dinámico donde cabe desde la reinención y recuperación de antiguas cabeceras hasta la creación de nuevas.

El mercado de revistas nacional (Garbisu 2014:17-27) está integrado por distintos grupos editoriales, agrupados en función de su tamaño, en grandes, medianos y pequeños, que ofrecen diferentes productos editoriales que responden a diferentes intereses (estos pueden ser económicos, educativos –como es el caso de las publicaciones de universidad-, políticos, culturales, etc.), pero según los informes de consumo y audiencias de revistas, “son siempre las cabeceras de grandes grupos las que copan los 10 primeros puestos”<sup>226</sup>. Este mercado se caracteriza asimismo por la segmentación del público, que como hemos visto es una de las principales ventajas competitivas (lectores que buscan información sobre un campo específico). Pero también por la saturación de publicaciones sin que entre ellas medien grandes diferencias internas, y cuya adquisición final responde a la inclinación o preferencia del público (es el caso de las revistas del corazón, la decoración, la moda y la cocina “práctica”).

Una de las principales peculiaridades de la revista, compartida con el resto de medios, es la necesidad sobre la venta de determinado espacio (físico en este caso) publicitario dentro de las páginas de la publicación. Dinero que sirve para incrementar los ingresos más allá de la venta de la revista; de hecho, es uno de los sistemas habituales de financiación de este tipo de publicaciones.

---

<sup>226</sup> Datos de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), entre febrero y noviembre de 2013. En *Revistas*. Margarita Garbisu Buesa, 2014, Madrid, Centro de Estudios Económicos, p. 24.

Pero si el grupo editorial es importante, lo es aún más su cliente, el lector con el que cobra pleno sentido la revista. En cuanto al perfil y motivaciones de los lectores nos encontramos con que de las cifras registradas por el EGM en 2014 y las publicadas con respecto a la 2ª ola de 2015 (mayo 2015) se ha registrado un descenso en el número de personas que leen revistas del 4% (porcentaje referido exclusivamente al lector de papel). Esta cifra sin duda es una mala noticia para el formato papel, aunque para contrarrestar el interés por la lectura, la misma fuente indica el aumento de lectores en el ámbito digital.

La motivación, el interés del lector sobre este tipo de publicaciones, varían tanto en función del género como de la edad, pero se pueden establecer una serie de intereses generales que moverían a una persona a adquirir y leer una revista. El primero de ellos es sin duda el deseo de lectura tranquila, pausada, ociosa o deleitable. Pero podemos ampliar este aspecto e indicar al respecto otras motivaciones que tienen que ver con el contenido y también con el continente (Garbisu 2014: 49). De tal modo que obtenemos tres motivaciones más: 1) el del lector de búsqueda de información especializada (su primera motivación); 2) el del lector motivado por la necesidad de conocimiento práctico (el lector tiene una necesidad informativa concreta que cubre alguna revista como puede ser “la pesca” –lugares, vedas, etc.-, “la fotografía” –comprensión de alguna técnica, por ejemplo-, o “la cocina” –búsqueda y guía de recetas-); y, 3) el del lector condicionado por la esfera social, o, por la necesidad de pertenencia: en el primer caso estaríamos frente a un lector que adquiere una determinada publicación por su prestigio, diseño y/o estatus asociado, en el segundo, estaríamos frente a un lector que busca principalmente la reafirmación de identidad.

Si nos atenemos a las clasificaciones aportadas sobre revistas a partir del contenido publicado, encontramos que las mismas han sido variadas a lo largo de la historia pero que “desde el siglo XIX, cuando las revistas en España distaban bastante de las actuales, estas contemplaban tanto la especialización por materias como la información general” (Garbisu 2014: 89).

### 3.1.4 Segmentación y especialización de la revista

Las revistas admiten varias clasificaciones (periodicidad; formato; ubicación geográfica; tipos de público al que se dirigen casi siempre dividido en función del interés o estilo de vida, también por la presentación de contenidos; edad; motivación - profesionales/consumo-, etc.), pero a día de hoy una de las clasificaciones más aludidas es la proporcionada por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), que ofrece una división entre revistas de información general y revistas de informaciones especializada.

Es cierto que dentro de las denominadas especializadas, cabe todavía mayor grado de profundidad, y que el listado elaborado por la OJD se hace a partir de las publicaciones que se presentan voluntariamente a la auditoría, y que, además, sólo están contempladas las revistas de consumo, es decir, que se excluyen las consideradas revistas profesionales. Sin duda es la más utilizada, junto a la rápida división que puede establecerse entre lectores por sus intereses o estilo de vida que “se realiza más que fijándose en las variables sociodemográficas clásicas (como el sexo o la edad), en una temática concreta. Temática que nace de los gustos, aficiones, intereses, creencias y estilos de vida de los lectores”<sup>227</sup>.

En su libro, *Revistas*, Margarita Garbisu Buesa, ofrece el recorrido anterior que se toma aquí como guía. A partir del mismo, se recopila y expone a continuación, esa información para reproducir y confeccionar más adelante una serie de cuadros gráficos propios, desde los cuales observar esta clasificación de manera rápida y ordenada.

---

<sup>227</sup> Montero Rodríguez, F., 2005. *Marketing de periódicos y revistas*, Madrid, Pirámide, p. 84. Citado por Margarita Garbisu Buesa en la Unidad didáctica 4, “Segmentación y especialización de las revistas” del libro *Revistas*, (2014). Madrid, Centro de Estudios Económicos, p. 94.

Información general	Información especializada	
Información general nacional	Cine, vídeo y fotografía	Motor-aeronáutica
Información general comarcal	Decoración	Motor-automovilismo
Información general en lengua extranjera	Deportivas y ocio	Motor-motociclismo
	Divulgación	Musicales
	Economía, empresas y negocios	Anuncios clasificados
	Estilos de vida	Religiosas
	Familiares	Satíricas
	Femeninas	Salud
	Gastronomía y cocina	Viajes
	Historia y Arte	Vídeo-Fotografía
	Infantiles	Videojuegos
	Informática e internet	
	Literatura, cultura y pensamiento	

**Cuadro 1.** División de la Oficina de Justificación de la Difusión<sup>228</sup>.

**Cuadro 2**<sup>229</sup>. División entre motivación laboral y motivación de consumo.

Revistas de trabajo (necesidad profesional)	Revistas de consumo (ocio, consumo)
Distribución: canales propios o particulares. Cabeceras de organismos, colectivos o instituciones profesionales, sindicales, universitarias o de formación, de venta muy especializada, por suscripción o gratuitas.	Distribución: canales habituales comerciales. Cabeceras de venta al público y costeadas con publicidad.

**Cuadro 3.** División en función de la periodicidad.

Periodicidad ordinaria	Periodicidad extraordinaria
Semanal	Bisemanal
Quincenal	Bimestral
Mensual	Trimestral
	Cuatrimestral
	Semestral
	Anual
	Bianual

<sup>228</sup> Cuadro incluido por la propia Margarita Garbisu Buesa en la obra antes mencionada. *Revistas*, 2014, Madrid, Editorial Centro de Estudios Financieros, pp. 90-91).

<sup>229</sup> Cuadro 2 y siguientes (3, 4, 5, 6, 7 y 8): elaboración propia a partir de la recopilación de información contenida en la obra *Revistas* (2014). Madrid. Editorial Centro de Estudios Financieros. Cuadro 4: con ampliación de cobertura geográfica propia de ámbito exterior. Cuadro 5: a través de la fusión de contenidos de diseño y tamaño.

**Cuadro 4.** División geográfica en función de la cobertura.

<b>Cobertura geográfica</b>
Local
Comarcal
Regional
Estatat
Europea
Continental (varias opciones)
Internacional

**Cuadro 5.** Clasificación en función de formato y diseño.

<b>Tamaño</b>	Grande o tabloide (Como por ejemplo la Revista <i>Ñ</i> , editada por La Fábrica)
	Mediano o normal (28-30 cm x 20,5-23 cm)
	Pequeño (Como la <i>Guía del Ocio</i> , o los nuevos formatos de publicaciones de moda (formato "bolso")
<b>Gama</b>	Gama baja (acabados y papel de baja calidad)
	Gama media (la más habitual en el kiosco)
	Alta gama (revistas de alta calidad tanto en impresión como en soporte -papel-).

**Cuadro 6.** Clasificación por edad.

<b>Por franja de edad</b>	Infantil
	Juvenil
	Mayores (o Tercera Edad)

**Cuadro 7.** Clasificación por sexo.

<b>Por sexo</b>	Publicaciones femeninas
	Publicaciones masculinas
	Publicaciones orientadas al colectivo gay. Revistas para homosexuales y lesbianas.

**Cuadro 8.** Clasificación por intereses o estilos de vida.

<b>Entretenimiento</b>	Televisión
	Videojuegos
	Corazón
	Satíricas
	Deportivas y ocio
	Viajes
	Cine
	Música
	Animales de compañía
<b>Vida cotidiana</b>	Decoración
	Gastronomía y cocina
	Familia
	Salud
	Motor
	Estilos de vida
	Moda y belleza
	Labores y patrones
<b>Conocimiento</b>	Divulgación
	Informática
	Historia y Arte
	Literatura
	Cultura y pensamiento
	Información general
<b>Desarrollo material</b>	Revistas de economía, empresa y negocios

De tal modo que los cuadros anteriores -incluidos los cuadros de elaboración propia a través de la recopilación de información- representan la organización actual sobre la clasificación del tipo de publicaciones.

### 3.1.5 Revistas de cocina y gastronomía. Propuesta de división y clasificación

Conforme a lo anterior, y en la materia objeto de estudio en este trabajo, cabe destacar, en primer lugar, que la ubicación tradicional de la cocina y la gastronomía, como áreas temáticas ha venido agrupándose o estudiándose como si de la misma cosa se tratase, como hemos visto en los cuadros anteriores. Así, para la OJD se halla en el apartado dedicado a la “publicación especializada”, lo que es adecuado, sin duda. Sin embargo, aúna ambos términos, de tal modo que aglutina en el mismo terreno cualquier publicación que aborde el amplio tema gastronómico y la cocina; ya sean publicación de cocina -recetas, productos, dietas, etc.-, o, revistas cuyo contenido y visión temática resulta a todas luces más amplia en sentido general, y profunda en los mejores casos, en torno a la cocina, la alta cocina, los restaurantes, chefs, productores, especialistas, ciencia, tecnología, modelos de negocio, el mundo del vino como parte indisoluble del término gastronomía, etc.

Cabe señalar que en el último listado de medios controlados la OJD continuando esa aglutinación de cabeceras bajo el epígrafe gastronomía y cocina, se ofrecían datos únicamente de: *Cuina*, *Hola Cocina*, *Lecturas Cocina Fácil*, *Lecturas Cocina Práctica*, *Lecturas Postres*, *Me gusta cocinar*, *Saber Cocinar*, *Thermomix* y *Top Chef*. Y como puede comprobarse por los títulos de las cabeceras anteriores, todas ellas son publicaciones basadas en el recetario. (A día de hoy el número de revistas sobre cocina y gastronomía se ha visto aumentado con nuevas incorporaciones, también han desaparecido algunas clásicas, sin embargo, vuelvo a recordar el año 2012 como fecha que delimita el objeto de estudio).

Del resto de clasificaciones (motivación, periodicidad, cobertura geográfica, diseño y edad<sup>230</sup>), la cocina o la gastronomía pueden corresponderse o clasificarse dentro de cualquiera de estos grupos, dado que responde a las publicaciones de pago y/o consumo, su periodicidad es variada (aunque predomina la mensualidad), puede

---

<sup>230</sup> Con una necesaria matización: sería más correcto señalar que a partir de una cierta edad esa clasificación en cuanto a contenido gastronómico-culinario, quedaría invalidado. A partir de cierta edad (18 años) y en función del interés en esta temática, la importancia de la edad sería desde mi punto de vista insustancial.

atender a una determinada zona geográfica, y pueden asimismo encontrarse diversos estilos de publicación en función del diseño.

Ahora bien, en esta tesis doctoral se propone un reconocimiento que deriva en una nueva clasificación. Una necesaria y clara división entre publicaciones de cocina y publicaciones de gastronomía que en absoluto se debe a una cuestión de categoría o índole elitista o de clase, es decir, entendida como una superior y otra inferior. Nada más lejos de mi intención pues ambas son imprescindibles y complementarias.

Esta primera división pasa por distinguir, y por tanto reconocer en este tipo de clasificaciones a las que sin duda corresponde también un determinado público lector, entre dos tipos de publicaciones muy concretos dentro del amplio espectro de la temática que nos ocupa. Es decir, distinguir y por tanto categorizar, a partir de las dos especialidades anteriores, que en mi opinión, ofrecen de manera clara la siguiente división: 1) publicación especializada en cocina, y, 2) publicación especializada en gastronomía. Insisto, ambas diferentes pero complementarias.

Las diferencias entre una y otra categoría aquí propuestas se establecen en función de varios aspectos. El primero de ellos es el enfoque junto con el espacio ocupado por la alimentación en su versión receta dentro del conjunto total que compone la publicación. De tal modo que una revista que ofrezca, por encima de todo o sobre todo, información práctica sobre el producto y su cocinado, es decir, una revista basada en el recetario, debería agruparse bajo la fórmula de “publicación especializada en cocina o revista culinaria”, en la que por lo demás y salvo el tratamiento del diseño, engloba contenidos indicados para todos los públicos. Y otro tipo de revista que ofreciese a sus lectores la cocina y la alimentación y resto de vinculaciones de carácter social, cultural, económico, antropológico, filosófico, histórico, etc., en torno a la cocina. Una publicación preocupada por la armonía entre productos y sus combinaciones, protagonistas relevantes del sector, innovaciones, ciencia, tecnología, locales, investigación, nuevos productos, conexiones e implicaciones sociales, contenidos de carácter cultural... Es decir una publicación con visión multidisciplinar de la materia, con un enfoque más amplio del que el mundo del vino formaría parte; esa publicación concreta entraría dentro de las denominadas “publicaciones especializadas en gastronomía”. Lo relevante



radicaría en la amplitud temática y profundidad o alcance de los textos ofrecidos, donde el establecimiento de conexiones de la alimentación, la cocina y el producto con otras disciplinas ya mencionadas como la economía, la antropología, la sociología, la historia, el arte, el cine o la literatura, entre otras, y entre las que es posible incluir tendencias y ocio, siempre y cuando no domine sobre el resto de contenidos (ese terreno es el de los suplementos o guías semanales donde la gastronomía se ciñe al consumo de restauración, prácticamente, y donde no deben caer las aquí propuestas como gastronómicas). Estas serían las notas verdaderamente diferenciadoras al que añadir un diseño o presentación de contenidos armónico o sin connotaciones vinculadas a géneros (tipografías, colores, selección de imágenes...).

Ahora bien, una vez realizada esta propuesta de división, surge la pregunta sobre dónde ubicar cada una de estas especialidades. La primera parece bastante más clara que la segunda.

De las clasificaciones anteriores, son la de la OJD y la de motivaciones, las que supondrían alguna novedad, pues del resto, especialidad y temática no interfieren.

A tenor de lo anterior, en la clasificación de la OJD, gastronomía y cocina podrían figurar por separado (al igual que aparecen desglosadas “motor-aeronáutica”, motor-automovilismo”, “motor-motociclismo”, por ejemplo). En la segunda, la que tomo como modelo base para esta propuesta de nueva clasificación o reclasificación si se prefiere, la revisión pasa por dejar “cocina” en “Vida Cotidiana” debido a ese sentido práctico que se ha explicado -recetario, hogar-, y trasvasar “gastronomía” a “Conocimiento” puesto que este tipo de publicaciones, que también mantienen relación con el ocio y entretenimiento y el estilo de vida, aportan o deberían aportar en esta visión, un conocimiento más amplio y profundo sobre la bebida, la alimentación y el ser humano, (enología sería susceptible de categoría propia justificada por sus profunda dimensión, pero corresponde a otros su investigación, aquí me ciño a la cocina y su vertiente culta o profunda llamada gastronomía: conjunción de experiencias, culturas y conocimientos sobre la alimentación con especial atención al papel culinario y la enología -binomio gastronómico- cuya misión divulgativa incrementa las posibilidades para el disfrute sensorial e intelectual de su audiencia incrementando su conocimiento y disfrute.

En “Vida cotidiana” podrían mantenerse las revistas dedicadas, sobre todo o por encima de todo, a la cocina práctica, es decir, a la difusión de técnicas y recetas. Esta publicación no distinguiría entre vida cotidiana de hombres y mujeres, y por tanto, invalida la división por sexo en cuanto a interés culinario que, salvo el diseño y la presentación temática, son de utilidad e instrucción para todo el mundo; son publicaciones dirigidas a una masa de personas a las cuales les gusta la cocina y cocinar.

“Conocimiento” por el contrario refutaría la demanda expuesta sobre la necesidad de reconocer la gastronomía como materia susceptible de transmisión cultural, con la posibilidad de incorporación de nuevas cabeceras, más completas en este sentido a las actuales.

Asimismo, y en función del enfoque, podrían adoptarse más cambios en distintas áreas, en función de la especialización y calidad de contenidos. Con esta idea no se pretende dificultar el trabajo de análisis y cuantificación de este tipo de publicaciones a los que se dedican organismos e instituciones, sino demostrar el nivel de especialización que han experimentado cada una de ellas y que suscita esta reflexión en particular y el desarrollo de esta tesis en sentido general.

A continuación se expone la nueva clasificación propuesta en función de los puntos anteriores.

**Cuadro 9.** Nueva propuesta sobre de clasificación de revistas especializadas en función de las motivaciones. Elaboración propia.

Animales de compañía  
**Ocio y Entretenimiento**

Televisión

Videojuegos

Corazón

Satíricas

Deportivas

**Viajes** (propuestas, ofertas, recreo)

**Cine** (cartelera, actualidad films...)

**Música** (conciertos, actualidad...)

	<b>Fotografía</b> (amateur o recreativa, trucos principiantes...)
	Animales de compañía
	<b>Labores, patrones y resto de hobbies</b> como el modelado, por ejemplo
<b>Vida Cotidiana</b>	Decoración
	<b>Cocina</b> (revistas de gama media, funcionales, de recetas y consejos útiles en torno a la cocina y la alimentación, contenidos prácticos y aplicables al ámbito doméstico, temporalidad de productos, principales o mínimo conocimiento sobre las características nutricionales, etc.). Práctica y de utilidad el hogar.
	Familia
	Salud
	Motor
	<b>Estilos de vida</b> (abordados de forma general y con visión de conjunto, base a tipos de personalidades y consumos. Sin especializarse en ningún campo en particular. Por ejemplo: temas de interés para personas interesadas en el pensamiento, desarrollo personal, psicología, coaching, yoga, belleza, estilo, ocio, vacaciones... Publicaciones que se deben a una filosofía de vida donde caben todo tipo de modas y productos).
	Moda y belleza
<b>Conocimiento</b>	<b>Divulgación</b> (científica)
	Informática
	Literatura

**Cultura y pensamiento** (englobaría las diferentes áreas culturales donde el enfoque sería la divulgación de cada conocimiento en particular y desde un punto de vista elevado o profundo; podría contener artículos de temática gastronómica en sus vertientes antropológicas, históricas, filosóficas, de investigación... Este tipo de publicaciones está referido tanto a aquellas que son multitemáticas como monotemáticas).

**Gastronomía** (perspectiva interna -sobre todos los temas que abarcan las revistas que se analizarán en el epígrafe dedicado a la revista gastronómica-, añadiendo el carácter multidisciplinar y tono elevado, especializado. Profundidad y especialización de contenidos, calidad editorial -gama media y alta-, y objetivos claros de divulgación 'gastrocultural' justificado, es decir, bajo selección previa y conforme a la concepción gastronómica vista en páginas anteriores.

#### **Historia y Arte**

#### **Desarrollo material**

Revistas de economía, empresa y negocios

## **3. 2 Génesis y evolución de la revista gastronómica en España**



### **3.2.1 Recopilación de cabeceras gastronómicas y culinarias publicadas en España**

Dada su extensión, la recopilación íntegra de cabeceras gastronómicas y culinarias, resultado del trabajo de investigación centrado en la localización y cuantificación del número de publicaciones periódicas de temática gastronómica o de cocina en la Biblioteca Nacional de España y la Hemeroteca Municipal de Madrid, se encuentra en el anexo a este trabajo (soporte CD).

En el mismo se encuentra la relación de publicaciones gastronómicas y culinarias publicadas en nuestro país desde 1858. En dicha recopilación figuran publicaciones profesionales, corporativas, y, revistas gastronómicas y culinarias dirigidas al gran público, objetivo final de la investigación. He considerado de especial interés incluir esta primera lista completa para que el lector pueda hacerse una idea más amplia sobre la simplificación o enredo -según quiera observarse- en la catalogación sobre ambos conceptos. En primer lugar aparecen reflejadas las publicaciones disponibles en la BNE; en segundo lugar, se indican las recuperadas en la investigación realizada en las instalaciones de la Hemeroteca Municipal de Madrid. En ambos casos las búsquedas realizadas se ejecutaron por medio del catálogo en línea propio de cada institución.

En total suman trescientas doce publicaciones que se han localizado atendiendo a los siguientes parámetros de búsqueda:

- I. Publicaciones periódicas en español dado que se buscan cabeceras con características comunes al territorio nacional en el que el campo idiomático debe ser compartido y entendible por el público general.
- II. Tipo de documento “prensa y revistas”, campo genérico y en grupo, sin posibilidad de circunscripción única al campo “revistas” que es la materia base de la investigación. Señalo este aspecto por las complejidades añadidas a la investigación.
- III. Materia. Varias opciones de búsqueda que se especifican a continuación debido a la heterogeneidad de catalogación por parte de las instituciones que, en

buena parte de los casos, atribuyen por título o materia en su conjunto, es decir, sin analizar los contenidos ni responsables editoriales.

- Gastronomía
- Enología
- Vino
- Cocina
- Receta / Recetas
- Alimentación
- Hostelería: búsqueda necesaria para la localización y establecimiento de origen de algunas cabeceras que más tarde se abren al gran público.
- Turismo: búsqueda colateral que no se contabiliza pero que ayuda a determinar la influencia y repercusión en el ámbito editorial de la adhesión de la revista gastronómica al sector turístico, en primer lugar, y más tarde, al denominado turismo gastronómico.
- Viajar / Viajes: búsqueda realizada por idénticos motivos a la búsqueda anterior pero esta vez centrada en el término viajar. La idea era ampliar el propio conocimiento de la autora de esta tesis en el campo publicación-revista, al tiempo que tratar de localizar aquellas posibles publicaciones pioneras en turismo gastronómico aún antes de su conceptualización; incluyo el dato pero este asunto no se aborda ya que merecerá su propio trabajo de investigación.

Como se puede comprobar en el anexo antes indicado la temática culinaria y gastronómica ha proporcionado al mercado nacional de revistas en conjunto, al menos<sup>231</sup>, trescientas doce publicaciones, a partir del siglo XIX, formando además un conjunto de varios modelos de divulgación entre guías, almanaques, semanarios, revistas gastronómicas y revistas de cocina o culinarias.

Todas han contribuido en la construcción del llamado hoy periodismo gastronómico junto con los trabajos publicados en prensa periódica. No queda ahora sino narrar el origen de, para mí, este fragmento de la historia periodística de nuestro país, centrado aquí exclusivamente en la revista especializada en gastronomía. Un viaje

---

<sup>231</sup> El presente listado y por tanto la investigación llevada a cabo se ha centrado únicamente en los archivos de la Biblioteca Nacional y la Hemeroteca Municipal de Madrid, donde sin embargo se han podido obtener los antecedentes.



que inicio en el siglo XIX por ser el periodo desde el cual comenzar a hablar con propiedad de publicaciones ligadas al periodismo y centradas en contenidos gastro-culinarios. Su desarrollo, con la irrupción en el mercado de revistas de publicaciones especializadas, abrirá en España una nueva etapa para el periodismo, que provocará la aparición de otras tantas cabeceras que sirven de documento para confirmar como de desde la receta, periodismo y sociedad evolucionan hacia la concepción gastronómica actual.



### 3.2.2 Revista de cocina y revista gastronómica: categorización

Para proceder a la catalogación y posterior selección analítica era preciso establecer, previo examen sobre los ejemplares en función de los criterios anteriormente descritos, una muestra representativa de publicaciones y sus posibles tipologías<sup>232</sup>. A priori, distingo entre cinco categorías de publicaciones en relación con la alimentación y la cocina: corporativas y promocionales en relación con marcas, agencias y productos, y, culinarias, gastronómicas y enológicas. De las mismas, selecciono únicamente para su estudio aquellas que abordan la comida y la cocina (tal y como se ha explicado en el subcapítulo anterior en el que lanzaba la nueva propuesta de clasificación de ambas revistas) aisladas por encima de otras, como por ejemplo, las enológicas, pues a pesar de que la información sobre el vino puede estar contenida en las publicaciones anteriores, la observación de su proporción textual e iconográfica efectiva dentro del conjunto revista, independientemente de su tratamiento -superficial o básica, sin más intención que la de complementar la información de la receta, o, profundo y analítico ofreciendo notas de cata o cualidades organolépticas-, es siempre igual o menor con respecto al conjunto revista cocina/comida y sus subtemas. Téngase en cuenta además que muchas de estas publicaciones sufren alteraciones en su recorrido, por lo que este examen preliminar también ha servido para seleccionar de entre todas ellas, las que finalmente se exponen o analizan a fondo en este trabajo al objeto de establecer la génesis y evolución de la revista gastronómica en España. De ahí que se aborde la evolución de publicaciones originadas en entornos propios o exclusivos del mundo del vino, lo que puede resultar contradictorio al lector. Por este motivo, aclaro que en estos casos concretos se trata de aquellas publicaciones que han evolucionado hacia una concepción gastronómica de conjunto a lo largo de la historia de la publicación, bien en su totalidad, bien en alguna de las distintas fases de su trayectoria en el viaje hacia la definición o búsqueda de producto gastroperiodístico final.

---

<sup>232</sup> Examen realizado sobre los resultados de búsqueda explicados en el epígrafe anterior así como en el modelo de investigación, y que forman el grueso de la catalogación abordada e inserta en el anexo que acompaña al presente trabajo.

Asimismo aclaro que no se abordan las publicaciones consideradas suplementos, es decir, aquellas que forman parte o que nacen como complemento de una publicación superior o principal.

Las finalmente aisladas para su selección, son las que denomino publicaciones gastronómicas, sin que el término culinario quede excluido de las mismas, pues la receta, como se verá al desgranar cada cabecera analizada, forma parte inseparable tanto del concepto de este tipo de publicación como del contenido desarrollado. Estas publicaciones han de ser además publicaciones periódicas, destinadas al público amplio (es decir, de venta en quioscos de manera habitual) y haber estado disponibles en diferentes puntos del territorio nacional -dejamos al margen de esta disponibilidad los primeros años de todas ellas en los que como explicó, entre otros, Luis Andoni Aduriz en la 5ª Mesa de la Gastronomía del *Salón de Gourmets* en su trigésima edición, “tenía que viajar, trasladarse hasta otras localidades para poder hacerse con un ejemplar”; eran los años setenta y ochenta.

Las estrictamente culinarias, siendo revisadas, no son objeto de estudio en sí mismo, sino que sirven para establecer o constatar las diferencias entre lo que la autora del presente trabajo considera dos especialidades que parten de un tronco o materia común: la cocina, y todo aquello que sirve de alimentación al ser humano, materia amplificada gracias a la intervención de ciencias y cultura en la versión considerada aquí “gastronomía”. De tal modo que por un lado, el público lector a tenor de esta categorización, contaría con publicaciones especializadas en cocina -publicaciones basadas en la transmisión de la receta, la orientación al lector sobre estacionalidad, productos y variedades pero siempre desde una perspectiva o finalidad de servicio y/o utilidad-, y publicaciones especializadas en gastronomía, donde los contenidos no sólo deben resultar útiles sino que instruyen argumentando sobre el gusto, profundizan en todas sus implicaciones sociales, económicas, históricas, culturales y antropológicas -las menos veces-, transmitiendo un conocimiento pormenorizado (y creciente si se sigue la publicación de manera constante durante sus primeros años) del por qué de la materia expuesta, es decir, publicaciones que nutren y amplían el intelecto del lector en una doble vertiente que podríamos agrupar bajo el binomio sensitivo-cultural. Lo anterior constituye la base de su diferencia.

### 3.2.3 Criterios de selección de las cabeceras gastronómicas analizadas

Base a lo anterior, la relación de revistas analizadas con detalle que se exponen en el próximo epígrafe y que conforman lo más representativo de este fragmento de historia gastroperiodística nacional, y por tanto, forman el grueso de esta investigación doctoral, responden a una selección en la que se ha atendido a varios criterios tras el examen preliminar del objeto de estudio. Los mismos, deben tenerse presente a partir de ahora pues es seguro que algunas personas puedan echar en falta cabeceras que le son familiares, que gozan incluso de prestigio pero que no se han analizado por dos motivos principales. El primero de ellos es como digo los criterios de selección que se desglosarán a continuación; el segundo, la delimitación temporal del objeto de estudio fijando el final de la investigación en diciembre de 2012. Dichos criterios de selección parten de un examen previo, realizado tanto en la Biblioteca Nacional como en la Hemeroteca Municipal de Madrid, a partir de una búsqueda bibliográfica al objeto de localizar el material. Los criterios de búsqueda se ciñeron a las palabras o conjunto de palabras explicadas con anterioridad.

Una vez recopilada la colección completa y examinado su contenido, se establecen los parámetros de la selección final de cabeceras que se analizan aquí de manera independiente. Dicha selección sirve para determinar las características y posterior evolución de la revista gastronómica contemporánea en España. Los criterios de selección empleados, una vez recopilada la colección completa, han sido los siguientes:

I. En primer lugar y al objeto de contextualizar nuestro presente, ante la inexistencia de trabajos anteriores similares de idéntico calado, y dada la heterogeneidad de publicaciones en sus primeros años, la autora de esta investigación procede a identificar el origen de la publicación periódica gastronómica y/o culinaria en España y sus características a partir del siglo XIX, siglo que representa el primer punto de encuentro con el objeto de estudio en cuestión de manera específica (revista, publicación específica). Este primer acercamiento se aborda desde el carácter mixto que presentan dichas publicaciones

en la inmensa mayoría de los casos. Entrado el siguiente siglo, abordo la dicotomía entre revista profesional y revista para público femenino o amas de casa, y para público masculino. Cada cabecera presenta sus lógicas características diferenciadoras ligadas, sobre todo, al periodo de publicación de cada una de ellas, la demanda del público con el que coexistió y los intentos de evolución y desarrollo culinario que a juicio de algunos responsables de estas cabeceras, como veremos, debía acometerse en España. Se trata de una recopilación histórica en la que se establecen varios periodos temporales, siendo el más relevante o decisivo para la llegada de la revista gastronómica contemporánea, el periodo previo a la Guerra Civil en 1936.

II. El origen o procedencia de cada cabecera. Es decir, el entorno de su fundación ligado al periodismo y al producto periodístico como finalidad, a pesar de que esa finalidad pueda haberse transformado con el tiempo (de ser así, se especifica convenientemente en su epígrafe correspondiente a la publicación). Fuera quedarán por tanto aquellas revistas nacidas como suplementos, las corporativas o las elaboradas desde empresas de comunicación cuyos servicios se entiende que responden a intereses más promocionales que periodísticos (a pesar de que muchas de ellas puedan desarrollar un producto ejemplar; son aquellas revistas que nacen motivadas por las posibilidades de anunciantes y no por las informativas). Sólo hay una excepción a esta regla y es el origen de publicaciones en clubs de vino. La razón es que esas cabeceras, cuya característica -pertenencia a un club de vinos- se detallará, representan: 1) el origen de una publicación convertida más tarde en periódica y especializada para el gran público -no por tamaño sino por diversidad de perfiles, pues siempre será reducido el número de lectores en relación con otras temáticas más populares-; 2) el origen de publicaciones técnicas convertidas o transformadas en publicaciones periódicas para el público de calle; 3) una publicación dirigida al público, con participación en clubs de vino pero cuya trascendencia y/o conexión de sus firmas con otras publicaciones, y/o lo novedoso de su propuesta, hacen de su inclusión una obligatoriedad dada la repercusión de su aparición en el sector de revistas especializadas en gastronomía, que marcan un

antes y un después, y contribuyen a generar una concepción más culta y amplia de la gastronomía. Incluso revolucionan al propio sector que reaccionará a las mismas.

III. Vistas y analizadas las publicaciones anteriores, que suponen la avanzadilla del boom gastroperiodístico de entrega periódica que experimentará nuestro país a partir de los años ochenta, se determina, en tercer lugar, el origen de la revista gastronómica contemporánea, el cual se origina con la fundación de la revista *Club de Gourmets*, revista que, aún suponiendo avance y novedad, recoge entre sus páginas parte del legado anterior (de los intereses probados que pueden seducir a los lectores a través de un sumario que evolucionará, pero que en estos instantes habremos de considerar básico o rudimentario, a pesar del hito que supuso su aparición). Es decir que se parte del año 1976 para definir lo que aquí se considera revista gastronómica moderna o contemporánea (esto no impedirá que el adjetivo moderno pueda aplicarse, por ejemplo, a *La Perfecta Cocinera* nada menos que cuarenta años antes, pues verdaderamente, cada revista supuso una victoria para la cocina y su divulgación). No obstante, esta conexión con el pasado parte principalmente de la temática en sentido general, dado que el periodo de apertura política del país proporciona, entre otras cosas, la liberación del lenguaje, el desprendimiento de prejuicios o censuras, y la necesidad de constante justificación cuando no vergüenza de menús, excesos, placeres o aficiones. Se abre un nuevo periodo y una nueva forma de exposición temática en la que la tecnología, el desarrollo de producto y cocinas, su evolución y el ansía de modernidad serán determinantes.

IV. En cuarto lugar, un aspecto definitivo para determinar las cabeceras ha sido el equilibrio temático que demuestran entre las páginas dedicadas a la cocina y el vino. Tratando éste último, el vino, como una parte fundamental e ineludible de la mesa, convirtiéndose además en una de las partes más cultas de cuantas se puedan disfrutar con los sentidos. Estableciendo así un el binomio cocina-vino. Éste será el principal criterio a partir de 1976, es decir, la armonía o equilibrio temático entre contenidos, que es cuando podemos hablar de producto cuasi definido. De tal modo que una revista exclusivamente de cocina, o principalmente de cocina (más del 70%

de sus páginas) no se selecciona. Como tampoco se seleccionan las mismas revistas que superponen el vino a la cocina, es decir con planteamiento temático inverso.

V. El tratamiento elevado pero accesible a un público amplio sobre la materia abordada, es decir, sobre la cocina y el vino, sus peculiaridades, representantes, distintas conexiones, y progresiva y entonces incipiente evolución, así como posterior desarrollo y repercusiones, (aspectos directamente conectados con el importante periodo que para la gastronomía en su conjunto representa el tiempo compartido por estas cabeceras en el quiosco), es decir, la especialidad, es otro de los criterios de selección.

VI. También el carácter divulgativo sobre la materia con visión de conjunto a través de la traducción del contenido especializado, al margen de las relaciones o incitaciones al consumo vía publicidad así como la misión del mero entretenimiento. Por tanto, las publicaciones profesionales de gastronomía tampoco encuentran hueco en esta selección, como tampoco lo encuentran aquellas consideradas de calidad inferior, superficiales o centradas en el recetario al objeto de promocionar productos más que a proponer contenidos.

VII. La disponibilidad territorial de la cabecera amplía, es decir, accesible en buena parte del país (no local, no comarcal, no provincial, sino considerada revista con representación nacional).

VIII. La trascendencia, popularidad o relevancia de las firmas y colaboradores. Cabe destacar que estamos en un periodo de ebullición y las firmas son compartidas. Las mismas representan además la colección de los principales gastroperiodistas de nuestro país, muchos de los cuales continúan todavía en activo.

IX. Por último, destacar que una vez construido, perfilado, el recorrido de las publicaciones, se procede a seleccionar también, únicamente dos cabeceras de publicaciones por entregas, es decir, de revistas coleccionables o de venta por fascículos. Ambas suponen lo más representativo dentro de su categoría. Y ambas sirven de muestra para este formato; sin duda, es un trabajo incompleto, que será digno de investigar aisladamente en el futuro. La intención de su inclusión aquí es:



1) dejar constancia de su existencia además del evidente conocimiento de las mismas por parte de la autora; 2) demostrar cómo a pesar de conformar un ente mayor coleccionable, cada entrega de estas dos propuestas tendrá su utilidad de manera independiente; 3) completar la visión de conjunto sobre la historia de este tipo de publicaciones periódicas alumbradas en nuestro país que adquirirá el lector de este ambicioso trabajo; y, 4) demostrar cómo la cocina y la publicación por entregas estuvieron presentes también en nuestro país a partir del siglo XX con estas dos honrosas selecciones de calidad en contenidos, aspecto compartido con el resto de publicaciones, a pesar de la diferencia abismal entre sus respectivos periodos de vigencia. Sin duda, las dos publicaciones más golosas de cuantas he examinado.

### 3.2.4 Antecedentes de la publicación gastronómica periódica

#### 3.2.4.1 De la misa al azúcar. *Almanaque Histórico Bucólico Dulcísimo*

Sin que podamos considerar ni mucho menos revista, ni en forma ni en contenido, este almanaque representa aquí una variedad que ligada a la gastronomía vincula las letras impresas con el vehículo promocional. La importancia de esta escueta publicación radica por un lado en su antigüedad, y por otro, en su temática y forma de exposición pues los contenidos específicos responden principalmente al género informativo, lo que la hace merecedora de figurar en este trabajo. Si bien es cierto que dotado de cierta creatividad en su discurso, el mismo informa y explica, lo que conecta con dos de las funciones básicas del periodismo. Esta publicación, de la que sólo consta un ejemplar en depósito, responde a un clarísimo objetivo publicitario al que hemos de presuponer la intención de continuidad dada su naturaleza; lo que no evita que al tiempo constituya una joya histórica o radiografía del paladar goloso catalán. La misma sirve, además, para dejar constancia no sólo de la innovación que supone por parte del establecimiento la impresión de este material, sino que demuestra cómo desde el artículo de costumbres la gastronomía, en este caso la más dulce, sobrepasa el periódico para alcanzar a la sociedad bajo otra fórmula de comunicación, en soporte papel y con la ambiciosa meta de informar de todos los dulces del año.



Motivada sin duda como herramienta con la que incentivar la venta del establecimiento repostero

Almanaque Histórico-Bucólico-Dulcísimo-

que provoca la edición, el Almanaque Histórico Bucólico Dulcísimo, de la Confitería de la Palma<sup>233</sup>, está editado por la Imprenta Nueva de Jaime Jesús y Ramón Villegas, C/ Petritxol, número 14. La edición responde al año 1857, sin embargo el periodo de vigencia del material impreso es el año inmediato posterior recién estrenado.

<sup>233</sup> Ubicación según reza el almanaque: Rambla del Centro de Barcelona, frente del Gran Teatro del Liceo, número 1.

Como calendario que es, calendario de las cuatro provincias catalanas, la primera página incluye los meses del año y sus respectivos santos. Motivos para celebrar con dulces, sujetos al santoral, de ahí la impresión de este almanaque promocional de la Confitería de la Palma.

La obra se compone de una sólo hoja, al estilo de las hojas volanderas, pero en formato aún mayor. Su contenido está dividido. En esta primera hoja, anverso de la publicación, encontramos los siguientes subtítulos y sus respectivos textos explicativos: Épocas célebres; Posición geográfica de Barcelona (Longitud 0 h, 33m, 35s 0 al E del Observatorio de San Fernando); Fiestas movibles; Cuatro estaciones; Eclipses de Sol y de Luna; y Notas, espacio que aclara cambios o correcciones así como la descripción de los signos especiales que se incluyen cuando, a pesar de ser festivo, se puede trabajar, eso sí, “con la obligación de oír misa”.

El reverso de la publicación, contiene “[...] las observaciones, prácticas y costumbres admitidas por el orden de los tiempos, conforme al observatorio de la ciudad de Barcelona y con arreglo al meridiano de la Confitería de la Palma, revisado por la autoridad del buen gusto”, (sic.). O en otras palabras, las fechas memorables, advenimientos temporales y oferta repostera que la confitería en cuestión pone a disposición de sus clientes conforme a las normas del buen gusto catalán y el paladar de sus conciudadanos. Señalando los “días en que se saca dulce á la mesa” (sic.), y advirtiéndole al lector que tenga “[...] cuidado de mandar por él á la confitería de la Palma”, (sic.).

Para complacer al paladar y confortar el estómago, la confitería asegura a sus clientes que durante “el año de gracia de 1858”, estará “abundantemente provista de todo cuanto tiene relación con el arte de confitería, pastelería y licores, con todas las mejoras y perfeccionamientos que vayan introduciendo los progresos del arte”. Como vemos el establecimiento además de variado o bien provisto, se muestra sensible a la tecnología o innovación que puedan alumbrar los nuevos tiempos; no es ajena por tanto a la modernidad. Caramelo ó caremele -“escelente (sic.) pasta para ablandar el pecho”-; turrón (sic.), “materia sólida muy sabrosa; jalea, “conserva de zumo ó licor de varias frutas que traban y congelan”; y gragea, “especie de confitura muy menuda. Díjose

gragea cuasi granea, por tener los granitos muy sutiles”, son algunos de los productos propuestos y explicados.



### 3.2.4.2 Recetas, recuerdos y periodistas. Ángel Muro y su almanaque

A finales del siglo XIX, representando un modelo peculiar de divulgación culinaria (y filosofía vital como veremos), se edita un pequeño volumen titulado *El Almanaque de Conferencias Culinarias de Ángel Muro*. El libro, obra de este célebre cocinero –cocinólogo según Xavier Domingo-, gastrónomo, periodista y escritor<sup>234</sup>, es una mezcla de calendario “para el año bisiesto”<sup>235</sup> en el que se publica, y de recetario literario además de despliegue de la filosofía personal, tanto de los que participan en el volumen como del propio compilador que a través de sus escritos, con su estilo personal, también se retratan.

El origen de este almanaque se halla precisamente en la prensa que se erige así como nexo de unión entre el mundo exclusivamente literario, es decir, entre el material libro, y el periodístico, o material periódico.

“De un artículo de cocina –señala el propio Muro- que publiqué en abril de 1890 en un gran diario de Madrid, nacieron mis *Conferencias culinarias*”<sup>236</sup>. Esas *Conferencias Culinarias* en el momento de editarse el Almanaque irán por el volumen número 20. Sin embargo, o a decir verdad, hay que reconocer que ésta es una obra más literaria que periodística. Fue redactada a la velocidad del rayo gracias a la participación de numerosos e importantes escritores y periodistas, amigos de Ángel Muro: “compañeros mártires y pobres periodistas”<sup>237</sup>.

El trabajo se inició el 20 de noviembre de 1891 y el día 31 de diciembre entra en imprenta para venderse inmediatamente después, el día 1 de enero del nuevo año. De tal modo que ve la luz el 1 de enero de 1892 para venderse al precio de 2,50 pesetas; del librito se imprimirán 5.000 ejemplares<sup>238</sup>.

<sup>234</sup> *Escritos gastronómicos*. Ángel Muro, José María Pisa Villarroya (editor). La Val de Onsera, Barcelona (2002), p. 12.

<sup>235</sup> Coletilla que forma parte del título original del *Almanaque*.

<sup>236</sup> *Escritos gastronómicos*. Ángel Muro, José María Pisa Villarroya (editor). La Val de Onsera, Barcelona (2002), p. 14.

<sup>237</sup> *Ibid.*, p. 12.

<sup>238</sup> Así consta en el propio *Almanaque*, páginas interiores.

Éste volumen es el que se ha examinado aquí dado que representa un ejemplo único por cuanta peculiaridades contiene y porque, contiene la serie de conferencias y escritos por el autor publicados en prensa; la investigación realizada por José María Pisa Villarroja, editor de *Escritos Gastronómicos. Ángel Muro* (La Val de Onsera, 2002), viene a



*El Almanaque de*

demostrar tanto el empeño de Muro por la divulgación culinaria a través de la entrega periódica como el interés del lector en la cocina. Pero hay más porque de la lectura de las recetas que conforman el almanaque se deduce igualmente la necesidad periodística, su carácter vital de facilitador de la actualidad política. Esos artículos, que dieron origen a los “tomitos titulados *Conferencias Culinarias*, fueron “cronicones a vuela pluma, en los que la culinaria y la gastronomía hacen el mayor gasto, y la política y otras cosas mundanas sirven de solaz al lector, que no se contentaría sola y exclusivamente con el machaqueo continuo de recetas y modos de guisar y de comer”<sup>239</sup>.

La actividad periodística de Ángel Muro<sup>240</sup> comienza con tres artículos publicados en *La Época* entre 1867 y 1868, titulados *Excursiones veraniegas* (“*De San Sebastián a Bayona por la playa*”, “*Un pie en España y otro en Francia*”, y “*De San Sebastián a Zumaya*”). Publicó en *La Época*, *El Resumen* y en *La Libertad*. También cultivó el folletín o novela por entregas en el diario liberal *La Iberia*, periódico fundado por Pedro Calvo Asensio (*Los dos galanes rusos, novela original de Ángel Muro*).

Asimismo este ejemplo de obra y persona servirá para contextualizar, en primer lugar, el tipo de publicaciones previas a la existencia de una verdadera revista dedicada; también persigue el objetivo de ofrecer una aproximación histórica ajena al circuito exclusivamente literario, y contribuye a configurar el motivo que da título a esta investigación: la génesis de la revista gastronómica en España en la que median otros escritos como éste.

<sup>239</sup> *Escritos gastronómicos. Ángel Muro*, José María Pisa Villarroja (editor). La Val de Onsera, Barcelona (2002), p. 16.

<sup>240</sup> De la misma da cuenta José María Pisa Villarroja a lo largo del volumen que sirve de apoyo a la vida y obra de Ángel Muro: *Escritos gastronómicos. Ángel Muro*. José María Pisa Villarroja (editor). La Val de Onsera, Barcelona (2002). Este párrafo sintetiza, desde mi punto de vista, lo más destacado del paso por la prensa periódica de Ángel Muro.

Evocando recuerdos o recurriendo a la inventiva las recetas del *Almanaque de Conferencias Culinarias de Ángel Muro para el año bisiesto 1892* tienen un valor adicional por cuanto miscelánea representan, y sobre todo, porque están escritas por hombres ajenos al fogón pues todos provienen del ámbito de las letras, del periodismo, no de la cocina.

*El Almanaque de Conferencias Culinarias* aparece en el mercado bajo la fórmula habitual de los almanaques de la época, pero Ángel Muro añade al mismo una original colección de recetas distribuidas en tres apartados distintos.

El primero de ellos, las recetas peculiarmente explicadas, compone el grueso del volumen. Son recetas redactadas y firmadas por los siguientes autores, que además de cocina, añaden su particular estilo personal<sup>241</sup>: Dr. Thebussem (*Cotelettes á la Remuñana*), Ramón de Campoamor (*Pan y cebolla*), Jacinto Octavio Picón (*Tortilla literaria; Pollo fiambre á la Eboli; Arropía de naranja*), Andrés Miralles (*Huevos carlistas*), José Fernández Bremón (*Gato por liebre*); Conrado Solsona (*Ensalada Real*), Luis Taboada (*Las vieiras de Vigo*), José Álvarez Builla (*Arroz á la zamorana*), Juan José Herránz (*Las berengenas*), Rafael Comenge (*Un plato romano*), Manuel del Palacio (*Perdigones á la parrilla y en curdo*), Muro y Carratalá (*Una comida peruana*), Tomás Luceño (*Morteruelo*), Ricardo Becerro de Bengoa (*Apalaurreandiak con Ardaurgozatza*), J. Garcia del Castillo (*Gofio*), Antonio de Valbuena (*Migas canas*), Rafael García Santisteban (*Miscelánea de frutas*), Antonio Peña y Goñi (*Besugo á la donostiarra*), Miguel Moya (*Dulce de crema de boniato*), Tolosa Latour (*Macarrones verdes, Huevos á la rusa*), José Feliú y Codina (*Carta receta*), M. Ortiz de Pinedo (*Néctar*), Agustín Lhardy (*Gachas manchegas*), A. Sánchez Pérez (*Abadejo á la republicana*), J. Francos Rodríguez (*Guisado de trigo*), Teodoro Llorente (*Arrós en fesols y naps*), Francisco F. Villegas (*Cazuela cuajada*), Cándido Ruiz Martínez (*Pasteles de maíz tierno*), Vital Aza (*Pasteles de pato á la besançon*), Enrique Sepúlveda (*Polos culinarios*), Francisco de P. Vigil (*Tinola*), Félix G. Llana (*Manos de ternera en salsa*), Guillermo Rancés (*Judías blancas*), Ramón de Cárdenas (*Sopa Colón*), Francisco Castell (*Café hecho como Dios manda*), José Ortega Munilla (*Zorzales en salsa*), Juan Barco (*Farinato*), Eduardo Bustillo (*Cocina académica*),

---

<sup>241</sup> Transcripción literal de nombres y recetas tomada del volumen analizado.



la partitura para *Sopa de ajo* con letra de Ventura de la Vega y música de José M. Casares, Alfredo Escolar (*Receta para una buena comida, Fórmula para distinguir las setas buenas de las venenosas*), S. Olmedo y Estrada (*Salchichas blancas cocidas en vino, Bacalao fin de siglo*), Eugenio Sellés (*Un millón de recetas*), Ceferino Palencia (*Cuajar de cerdo*), Federico Urrecha (*El arroz del catalán*), Ricardo de la Vega (*Huevos con tomate*), José del Perojo (*El arroz á la cubana*), Ángel Pons (*Ensalada higiénica en cuatro dibujos*), Matías de Padilla (*El picadillo cubano*), Luis París (*Sesos Salteados*), Julio Burell (*Receta general*), José de Laserna (*Nueva fórmula para guisar un pavo*), A. Aura Boronat (*Modo de hacer el té*), José Ferreras (*Tostón al golpe de Estado*), Andrés Corzuelo –Manuel Matoses– (*Recetas económicas*), Fernández Arias (*Rancho de fin de siglo y rancho ordinario*), Eusebio Sierra (*Huevos pasados por agua*), Melchor Cantín (*Carta particular en prosa trilingüe*), Joaquín Arimón (*Potaje popular*), Modesto Sánchez Ortiz (*Migas vanguardia*), G. Reparaz (*Hiram*), Cristobal Botella (*La revolución francesa juzgada por un cocinero*), R. Hernández Bermudez (*Pechugas de ángel*), Miguel Ramos Carrión (*Cena estudiantil*), Manuel Sastrón (*Comida de los indios filipinos*), Ramón Correa (*Truchas á lo Don Ramón*), Tirso Rodrigáñez (*Pochas*), Fernando Soldevilla (*Tortilla con leche*), Domingo Gascón (*Migas al estilo de Teruel*), y, Ángel Muro (*Fórmula de los huevos fritos*).

Tras las recetas anteriores, “Los meses gastronómicos” y de nuevo una colección de treinta y una recetas agrupadas en el capítulo titulado “Recetas culinarias históricas”, cierran lo concerniente a la cocina que comprende el volumen.

El resto del libro responde a la fórmula de contenidos que dan vida a los almanaques del periodo: se señalan las festividades (“épocas célebres”, “relación de fiestas movibles”, “tabla de fiestas suprimidas”, “días en que la Corte viste de gala”), las estaciones del año, el cómputo eclesiástico, las velaciones, y se ofrece un ramillete de “recuerdos oportunos”.

“Los meses gastronómicos” comprenden la relación de 366 platos diferentes para elegir en cada mes, de tal modo que cuando en casa no se sepa qué servir en la mesa, se podrá echar una ojeada a las páginas del almanaque para salir del apuro. De estos platos el autor ofrece en esta ocasión únicamente el nombre de la receta pues, como se ha dicho, este volumen representa el número 21 de la colección titulada

*Conferencias Culinarias*. El mismo señala a pie de páginas: “La mayor parte de estas recetas las hallará el lector en la colección de Conferencias Culinarias que consta de 20 tomos. Está en prensa el 21”.

*El Almanaque de Conferencias de Ángel Muro*, además de “las mil y una simplezas que constituyen el ritual de todo almanaque”<sup>242</sup>, contuvo fórmulas y recetas de platos, ordenados, inventados o confeccionados para la ocasión. La cantidad y calidad de los participantes hicieron del celebrado volumen algo único.

Del origen del almanaque da cuenta su ideólogo en las primeras páginas:

EL AUTOR DE <<CONFERENCIAS CULINARIAS>> AL QUE LEYERE

Madrid, 1º de enero de 1892 años.

La idea de este Almanaque se me ocurrió el día 30 de noviembre del año que terminó ayer, al cerrar el tomito 20 de mis Conferencias Culinarias.

La realización tenía que ser inmediata. En un principio, me pareció imposible, por las dificultades que podían presentarse; pero la alta alcurnia intelectual de los redactores del Almanaque, su exquisita benevolencia y su educación esmeradísima me allanaron todos los obstáculos, y en quince días escasos logré de escritores, de artistas y de prohombres notables de España, fórmulas culinarias con que enriquecer el repertorio gastronómico en beneficio de la literatura patria, pudiendo así demostrarse ahora, y en los tiempos venideros, que aquellos que jamás creyeron que entendían de cocina, por invitación mía y por su singular talento, rebasaron la altura de los escritores culinarios de más fama, desde el español Ruberto de Nola, hasta el francés Brillat Savarin.

Este Almanaque no puede, por su clase, parecerse á ningún otro almanaque.

Por eso se ha dejado para las hojas finales el rutinario desfile de santos y de santas, y esa clasificación de los días del año, exornado todo ello, sin embargo, y por el buen parecer, con un buen aparato de tonterías sin argumento, que completan la confección de cualquier calendario.

Y por eso también, el Almanaque de Conferencias Culinarias para 1892, se publica hoy, primer día del año, dando así una lección de oportunidad, de corrección y de sentido común á todos los almanaques habidos y por haber, nacionales y extranjeros, con ó sin monigotes, que desde hace tres ó cuatro meses se venden en todas las librerías, para el año 1892.

---

<sup>242</sup> El *Almanaque de Conferencias Culinarias* de Ángel Muro (1892), p. II.

Dicho esto, cábeme la satisfacción de poder afirmar, antes que nadie, que el *Almanaque de Conferencias Culinarias* resulta un libro superior á todos los libros de su clase, por la calidad y por la cantidad de sus redactores.

Es el primer ejemplo en España de un libro escrito por tantas y tan sobresalientes personalidades.

Si hubiese podido yo disponer de más tiempo, la lista de todos los escritores más notables de esta bendita tierra, estaría completa; pero me he contentado con las firmas que aquí aparecen, que forman mayoría, y es mi deseo que el lector lo aprecie del mismo modo.

ANGEL MURO<sup>243</sup>

Del carácter del autor también da cuenta la nota final que el mismo incluye y en la que no esconde ni disimula su opinión:

Algunos anunciantes de artículos de comer y de beber, que son maestro en el arte de oler donde guisan, se han acercado á la Administración de Conferencias Culinarias, con la pretensión de anunciarse en este *Almanaque*, sin reparar en condiciones. No ha debido parecerles muy cortés, nuestra contestación: En manifestaciones como esta en que brillan más que el oro, el talento y la inteligencia, no cabe el mercantilismo, (sic.)<sup>244</sup>.

Ángel Muro, sin duda, fue uno de nuestros últimos gastrónomos idealistas. Era buen conocedor de la España gastronómica: tenía ideas precisas de los establecimientos de comida. De restaurantes y tiendas dejó testimonio en la consultas que le dirigían lectores y lectoras. Se mostró siempre preocupado por la higiene y las adulteraciones, de cuya existencia, dieron cuenta articulistas a través del artículo de costumbres, como hemos visto al comienzo de este trabajo. Y su inclusión aquí viene a sumar, desde el periodismo, un granito más en esa necesidad de recuperación de nombres ilustres que han permanecido en el olvido.

---

<sup>243</sup> Del *Almanaque de Conferencias Culinarias* de Ángel Muro, (1892). Pp. V-VII.

<sup>244</sup> Del *Almanaque de Conferencias Culinarias* de Ángel Muro, (1892). P. 148, nota final.



### 3.2.5 Cocina y algo más. Modelos híbridos de publicación gastronómica

#### 3.2.5.1 La Mesa Moderna, apuesta por la tradición en la cocina

Quizás y hasta donde mi investigación llega podamos afirmar con seguridad que *La Mesa Moderna*, editada por primera vez en 1893, fue posiblemente la primera revista de cocina que aspiró a trasvasar su pasión por la buena mesa, añadiendo todas esas notas que nos llevan a vincularla no sólo con la cocina –su, a pesar de todo, plato principal- sino a equipararla a revista culta en torno a la gastronomía. Publicada en el centro del país, hecha por Ignacio Doménech desde Madrid, desde la calle San Mateo número 12, bajo los cánones de la prensa del periodo, fue una de las primeras

publicaciones periódicas que finalizando el siglo XIX decidió apostar por la cultura de la cocina, y por el público femenino como colectivo principal y transmisor de este “arte magnífico” en el hogar. La publicación se auto-catalogará como “revista literaria”; y la misma basará el grueso de sus textos en el recetario.



Portada del primer ejemplar de *La Mesa Moderna* puesto en circulación.

Escrita a dos columnas, dividida en secciones que se mantendrán prácticamente intactas durante su vida, y con el compromiso de emplazamiento semanal a sus lectoras, la publicación se venderá al precio de 10 céntimos cada número.

En su primer ejemplar en lugar de editorial, “el pequeño periódico” hace público su programa, que no es más que la explicación del nacimiento de una publicación que no quiere ser “remedo” de *La Cocina Española*<sup>245</sup>, ni “imitación” de las populares *Conferencias Culinarias* de Ángel Muro, ni una “copia” de las “miles de publicaciones de cocina que pululan por todo el mundo”.

<sup>245</sup> Puede que se esté refiriendo a la obra de Emilia Pardo Bazán editada por primera vez en 1851.

Bajo el título de la cabecera, *La Mesa Moderna*, título adoptado de la correspondencia del doctor Thebussem, las lectoras encontrarán puntualmente una suerte de “lecturas interesantes para el ama de casa” que ocuparían las doce páginas que componen cada ejemplar. En las mismas, espacio para gastronomía, higiene y embellecimiento, arte culinario y trato social, que a su vez se corresponden con los contenidos que se abordarán bajo las secciones de la publicación (Plato fuerte, Lista de platos, En crudo, Conservas, Carne de tabla, De sobremesa).

A nadie puede escapársele que el título de la publicación debe su inspiración a las cartas cruzadas entre el Doctor Thebussen y el Cocinero de Su Majestad, cuyas cartas aparecerán periódicamente en la revista. A los mismos, (al mismo en realidad), la publicación solicita, en su primer ejemplar, permiso y ruega perdón, por el “uso del rótulo de su magnífica obra”<sup>246</sup>. Es este un número uno en el que la revista también saluda a la prensa “á cuyo seno vamos á lanzarnos con este intento de Revista”<sup>247</sup>.

La esencia de la publicación, su filosofía editorial se concentra en este párrafo perteneciente a ese primer número del mes de junio de 1893.

“El de la cocina es una arte magnífico, no sólo por los variados talentos que requiere, sino por las condiciones materiales que le son imprescindibles. Hablar solamente de cocina y no decir más de lo que apuntaron maestros y repiten á cada momento cuantos hacen del arte culinario una literatura mentirosa y pueril, sería vulgarizarnos demasiado y sin provecho alguno [...]”<sup>248</sup>

La revista aspira a huir de los caminos abiertos y trillados para emprender, a través de contenidos recreativos y útiles, el camino de la gastronomía, considerada hasta no hace mucho tiempo como un vicio, y, en aquellos momentos próxima a ser considerada virtud. No cabe duda de que el arte culinario asciende culturalmente. Y uno de los rasgos que van a servir a los articulistas y cocineros del periodo para sostener dicha afirmación, será la atención o esmero que desde hace algún tiempo los arquitectos prestan a la ideación y posterior construcción de la estancia que llevará por nombre comedor. Este hecho aflora en casi todas las publicaciones del periodo, es como una vara

<sup>246</sup> *La Mesa Moderna*, número 1, junio de 1893, p. III.

<sup>247</sup> Ibid.

<sup>248</sup> Ibid., p. I.

de medir la relevancia que los hogares (alejados de pompas y celebraciones) conceden al acto diario del comer, no sólo como vehículo para la prolongación de la vida sino como punto de encuentro, de socialización.

“Alrededor de la mesa reúnen todos los días la familia: el padre, los hijos y los hermanos á quienes durante largas horas mantienen apartados imprescindibles ocupaciones, pueden solamente á la hora de comer comunicarse y gozar de sus efectos. Alrededor de la mesa reúnen parientes y amigos en días de fiesta y celebración de toda solemnidad. Alrededor de la mesa y en fraternal banquete (frase corriente, aunque se arañen) acuerdan ó desafinan los correligionarios cada vez que un asunto político se impone.

La mesa ese el centro de nuestra moderna sociedad, y en ésta no se concibe manifestación alguna por insignificante que sea, sin el consabido banquete.

Comiendo se tratan los negocios: entre bocado y bocado hácese una recomendación; reconciliánse los rivales, con el aroma de los guisos, y, perfumada por las bebidas generosas, el alma siente pasiones de amor que ni el atrevido baile declara.

Una buena comida es el más convincente razonamiento, y una buena digestión produce la mayor benevolencia. Nadie tan apacible como quien come perfectamente y nadie tan amable como quien digiere sin tropiezo.

En la mesa, el hombre se siente comunicativo, inspirado y dulce; habla de todo y discurre acerca de todo con oportuna facilidad. En la mesa no solo se repone de sus pérdidas el cuerpo, sino que también se solaza el espíritu; ofreciéndose así, al mismo tiempo, la nutrición de la materia por los manjares y la del alma por las conversaciones.

Guisar y comer, aun cuando se tenga mucho arte y buen apetito, siendo lo esencial, no es más aparente. Ni hacen los agradables condimentos lucida una mesa, cuando en ella el servicio no es aun superior á la cocina, ni basta para sentarse á la mesa buen apetito, cuando la conversación amena y el porte desenvuelto y elegante no acompañan”.<sup>249</sup>

Tanto a *La Mesa Moderna* -como mucho más tarde al *Marmitón*- no se le escapa que la dirección de la mesa de este periodo se encuentra en manos de nuestro país vecino, Francia. Y este argumentario va a estar muy presente como plato fuerte y apertura de la publicación. Es ésta nación, Francia, la única que prácticamente habla lo que uno de los colaboradores más ilustres de *La Mesa Moderna*, el Doctor Thebussem, considera “verdadera lengua de la gastronomía”, mientras el resto de naciones “guisamos dialectos”. La revista, que aspira a calar hondo en la conciencia de los hogares españoles,

---

<sup>249</sup> Ibid. p. II.

de sus cocinas, para interrumpir la adopción de modas y defender las “bellas” tradiciones de la mesa nacional, reproduce algunas de las cartas de Thebuseem de las que se desprende esta opinión, la cual continua como vemos presente. La publicación reservará la sección titulada “Plato fuerte” a este tipo de mensajes que conectan gastronomía, cultura y patriotismo culinario.

Como ya he señalado la revista contiene un buen número de recetas que aglutina bajo la sección “Lista de platos”, pero también se encarga de transmitir otros contenidos como las notas políticas del momento que encuentran su hueco en la sección “En crudo”. Si ese “plato fuerte” es el espacio donde se trata con altura de miras y conocimiento de causa asuntos en los que intervienen o de los que depende la buena mesa, “Lista de platos” contiene las fórmulas culinarias, “recopiladas entre lo más agradable” de los autores clásicos pero también de la inventiva popular; la sección “Entremeses” incluye noticias varias y comentarios; en “Conservas” se proporcionan los consejos de higiene y fórmulas para el embellecimiento “de la carne... y del espíritu”; “Postres y dulzainas” ofrece fragmentos literarios; “Carne de tabla” es la revistilla de teatros; “discreteos y tolerancias” espacio para el lector –cartas–; “De sobremesa”, poesías, cuentos, “humoradas”, etc. Con el tiempo ampliará hasta incluir pasatiempos (“Diabluras”).



En cuanto al recetario se refiere el mismo está compuesto por creaciones asentadas, comunes o integrantes del recetario popular. Se trata como la propia publicación anuncia en sus orígenes de la reproducción de platos elaborados por reconocidas figuras –de las que no se menciona nombre alguno– de la cocina nacional, así como de aquellas que pertenecen al ideario culinario colectivo.



Sin duda lo más intelectual en cuanto a conexión o reflexión gastronómica se halla en la sección “Plato fuerte” por la cual pasean nombres ilustres como el de Ángel Muro o el de Brillat-Savarin. La sección oscila entre la formación, la historia de alimentos, y la ya mencionada valorización del patrimonio cultural español.

La publicación apenas contienen ilustraciones. La publicidad se ubica al principio de la misa, y no sobrepasa la cuartilla, medida aproximada de cada hoja que compone la publicación. Tipografía y alguna filigrana sirven para separar contenidos.

A modo de ejemplo y para contextualizar el estilo en la redacción de las recetas, se incluyen, a continuación, la reproducción de algunos de los platos que salieron publicados en la revista *La Mesa Moderna*. Los mismos contienen no sólo el modo de elaboración de la receta sino que contextualizan origen y/o se añaden conexiones periféricas (además del ya mencionado orgullo nacional sobre determinados platos), que contribuyen a subrayar el concepto de gastronomía.

#### **Escabeche de besugo<sup>250</sup>**

Es una de las preparaciones más conocidas y en uso especialmente en los puertos de mar. Se empieza limpiando y preparando los peces convenientemente, y se deja alear por espacio de veinticuatro horas, y asea entero y colgado á la sombra en un sitio bien ventilado. Después se frie con aceite en una sartén hasta que esté dorado. A este mismo aceite se le mezclan cuatro partes de agua y tres de vinagre, unas hojas de laurel y tres ó cuatro rajas de limón. Se echa en una olla y se tapa bien; á los ocho ó diez días ya estará bastante sazonado.

#### **Pot-au-feu ó cocido francés<sup>251</sup>**

El tradicional pot au-feu de los franceses, viene á ser, con respecto á los usos y costumbres populares en Francia, lo que la nunca bien ponderada *olla* en nuestro país; con la notable diferencia, no obstante, que mientras que la *olla* española constituye realmente la base sólida de la alimentación, el *pot-au-feu* sólo se hace para obtener el caldo.

Desde luego, se comprende que á no aderezar muy ricamente ese cocido tan característico y tan estimado por nuestros vecinos de allende el Pirineo, será siempre una alimentación muy inferior al cocido castellano.

<sup>250</sup> *La Mesa Moderna*, número 31, 28 de diciembre de 1893.

<sup>251</sup> *La Mesa Moderna*, número 18, 28 de septiembre de 1893.

Pero, por eso mismo, porque el pot-au-feu se hace casi únicamente para obtener un buen caldo, es que el que los franceses confeccionan excelente, es incontestablemente superior.

Mi lector dirá, sin duda, que tratándose de cosa tan sencilla como en la opinión general lo es un modesto cocido, no hacía maldita la falta el preámbulo que acabo de propinarle.

Tal vez tenga razón, y en esa duda, renuncio á la tarea de entrar en una serie de consideraciones más ó menos filosóficas sobre el celebrado *pot-au-feu* cuya confección paso enseguida á reseñar.

El fondo de ese cocido es indudablemente la carne, y esta es preciso que consista en un buen pedazo de vaca ó de buey, pues el carnero vale poco para esta preparación. Se le elige pues, la carne, en la cantidad que se quiera, pero de manera que no toda ella sea magra y se deshuesa.

Los huesos se rompen en varios pedazos, y la carne se sujeta ligeramente con un bramante.

Después se coloca en el fondo de una marmita de hierro; los huesos primero y por encima la carne.

Por cada kilo de carne corresponde echar un poquito más de un litro de agua.

En toda clase de cocido, la cuestión de la lumbre es una cuestión de la más alta importancia, pues en todas hay que evitar las ebulliciones rápidas ó precipitadas, razón por la cual hay que desconfiar de los fuegos ardientes y no olvidarse que lo cocidos deben siempre hervir mucho tiempo á fuego lento y pausadamente.

Se coloca la marmita con la carne y el agua sobre una lumbre bien encendida, pero no demasiado viva, y añadiéndole á razón de diez ó doce gramos de sal por cada litro de agua; se la deja hervir unos cuantos minutos.

Enseguida que la espuma suba, y sin dejarla desbordar, se refresca, echándole un vaso mediano de agua fría.

Cuando la espuma vuelva á subir, se espumará otra vez con la espumadera ó con un cucharón agujereado.

Esta operación se repetirá tres ó cuatro veces, teniendo cuidado de enjugar á cada vez los bordes de la marmita.

Ya tendréis preparadas y limpias las siguientes hortalizas:

Nabos, zanahorias y cebollas de 200 á 250 gramos de cada uno, puerros unos 250 a 300 gramos y unas hojas de apio.

Agregad un par de clavos de especia.

También se le podrían poner un par ó tres de chirivías.

Al echar estas hortalizas en la marmita se corta repentinamente el hervor, pero pronto empieza otra vez.

A los tres ó cuatro minutos que esto acontezca sacaréis la marmita del fuego, y lo amortiguáis con cenizas.

Volvéis á colocarla sobre la lumbre y lo dejáis hervir de una manera regular y continua por espacio de tres horas y media ó cuatro, según sea el tamaño del recipiente y la cantidad de los ingredientes.

Durante todo ese tiempo no se debe dejar caer la ebullición por completo, pues semejante interrupción perjudicaría indudablemente el buen éxito del cocido, cuyas cualidades desmerecerían mucho.

Nuestros lectores ya habrán juzgado sin duda, que la cantidad de sal que hemos aconsejado se ponga para cada litro de agua es insuficiente; y sin embargo, no debe aumentarse cuando se tenga el propósito de aprovechar el caldo para más de una comida.

He aquí la razón:

Debiendo ese cado ser recalentado cada vez que se tenga que usar, se volvería tan salado que no habría más remedio que añadir agua, lo cual desgracia completamente el caldo, que es un líquido que tiene tanto horror al agua como al vino.

Así es que vale más tener que añadir sal cuando se recalienta que agua.

Cuando ya el *pot-au-feu* esté enteramente cocido se hará lo siguiente:

Se saca primero la carne y se coloca en una fuente, y después los huesos que se desechan. La sopa de pan es la que mejor resulta con el caldo de este cocido.

### **Gazpacho extremeño<sup>252</sup>**

¡El gazpacho! Esta sí, querido lector, que es una de las glorias pura y genuinamente española. Apostamos doble contra sencillo que ningún pueblo puede vanagloriarse de tener en su cocina nacional una preparación culinaria más suigéneris. Mezcla ingeniosa, que participa a la vez que la sopa, por lo que tiene de refrigerante y apetitosa. Comida especial de la estación veraniega, hay que saborearla en los campos ó en las eras. Es, en fin, el mejor favorito de todos los rudos y sufridos segadores de nuestras provincias de Levante.

¿Quién no conoce el gazpacho andaluz? Pues mal pese á la fama de aquél, el que vamos á describir, y que usan en toda la Mancha y Extremadura, no le va á siega.

---

<sup>252</sup> *La Mesa Moderna*, número 16, 14 de septiembre de 1893.

Hé aquí de qué manera lo preparan:

En un almirez, ó en un mortero, que para el caso tanto monta, se echa un poco de aceite, dos dientes ó tres de ajo y una poquita de sal. Se moja bien y luego se le añade un poco de miga de pan majada; se remenea y se vuelve á mojar con el aceite, el ajo y la sal. Si se llevan bien á cabo todas estas operaciones la mezcla formará una masa como un ungüento. Hecho esto añádasele un poco de pimienta, (del que algunos suelen prescindir), se le echan unas gotas de agua, y se sigue dándoles vueltas con la mano del mortero, almirez ó lo que fuese, para que vaya desliéndose, aumentando paulatinamente agua, sin que por un momento se cese de menear hasta que el recipiente esté lleno. Concluída la mezcla se vierte todo en la fuente, en la que ya se habrá puesto el agua que se crea conveniente, según la cantidad del gazpacho que se quiera hacer.

La sopa de pan que se pone al gazpacho no debe tener nada de artístico, el cuchillo no debe emplearse en semejante operación; no se corte, se miga con la mano, á retortijón limpio, cuidando que las migas no resulten ni demasiado chichas ni demasiadamente grandes. Se las deja esponjar en el caldo hasta que se vaya á comer. Pero unos diez ó doce minutos antes de servirse esta refrigerante ensalada, se le agregará un cachito de cebolla bien picada para que tome gusto. En cuanto al vinagre, que entra como parte muy principal en esta preparación es preciso no echárselo hasta el mismo momento de servirle, y la razón es que si se echa mucho antes, el pan le absorbe todo y se pone agrio.

El gazpacho es el *portpourri* de las legumbres crudas, decía un andaluz muy gracioso. Y en efecto, en la confección de ese manjar hacen entrar sus partidarios pepinos, tomates, pimientos verdes, etcétera, todo ello, por supuesto, cortado *según arte*.

Con el número 37 de mes de febrero de 1894 aparece la publicidad a pie de página de la publicación (sin imagen alguna y con la escueta indicación del producto, la exaltación de alguna de sus cualidades y la dirección del establecimiento o marca en cuestión). A partir del mes de mayo se anuncia un nuevo formato: renovación completa de la revista que se verá enriquecida con la colaboración de artistas y escritores renombrados en España y en el extranjero. La sede de la publicación se traslada ahora a la calle del Escorial número 9 de Madrid sin que a partir de dicho mes se pueda seguir la pista de la publicación ni en la Hemeroteca Municipal de Madrid ni en la Biblioteca Nacional.

### **3.2.5.2 El Menú y la influencia de la cocina francesa**

Redactada e impresa en Barcelona, *El Menú*, revista semanal de cocina, vio la luz el 21 de abril de 1904. Será ésta una publicación muy básica en cuanto a diseño, de

escasas páginas (8 en total) y estrictamente culinaria en su práctica totalidad. Sin embargo, a partir del número 16, editado el 3 de septiembre de 1904, la portada estará reservada con bastante frecuencia a textos que desgranar características, modas y modales con la aspiración de educar y perfeccionar los modales y conocimientos no sólo del cocinero sino del comensal en general. La revista también reservará un pequeñísimo espacio para “curiosidades” o “anécdotas”, sobre todo en su origen.

La misión o vocación de la revista de principios de siglo será la apuesta por una cocina eminentemente práctica. De tal modo que cada ejemplar representa una colección de recetas que componen “el menú”, (como si de fichas escuetas se tratase, la revista pasa de receta en receta sin suministrar cualquier otro tipo de contenido que no sea éste).

En cuanto a destinatarios, verdaderamente se inclina hacia lo profesional en su conjunto aunque su objetivo, reconocido desde el lanzamiento, será el público en general sobre el que pretende influir porque como anuncia la propia publicación, la cocina, “sirve para el desarrollo de nuestra vida de relación”<sup>253</sup>.

Prácticamente textual, y con una estética austera, por otro lado conforme al periodo y tono del mercado al que pertenece y en el que verdaderamente destaca la publicación de Ignacio Doménech por su aspiración y dedicación a una cocina mucho más amplia donde cobra sentido hablar del término gastronomía, *El Menú* incluirá en algunos de sus números imágenes. Reproducciones gráficas que pueden ser llevadas hasta la portada (lo que ocurre en el menor de los casos) o que sirven para amenizar las páginas interiores (su uso o inclusión más frecuente) junto a pequeñas filigranas a modo de separación de contenidos.

No obstante a lo anterior, es justo reconocer que la revista ofrece cierta evolución temática que aspira a la mejora o la renovación, al afinamiento que se espera de un proyecto periodístico serio. De una escueta y profética sección titulada “Sección Práctica” con la que arranca o se estrena la revista semanal, se ampliarán contenidos para sumar en unos meses la sección “Menús escogidos”. Algo más tarde, *El Menú* se

---

<sup>253</sup> Revista *El Menú*, número 1, 21 de abril de 1904. Editorial firmado por la redacción.

articula en torno a las siguientes secciones: “Menús cotidianos”, “Menús diversos”, “Guarniciones varias” y “Novedades culinarias”.



*El Menú*, número 1, 21 de abril de 1904.

Detalle de la cabecera.

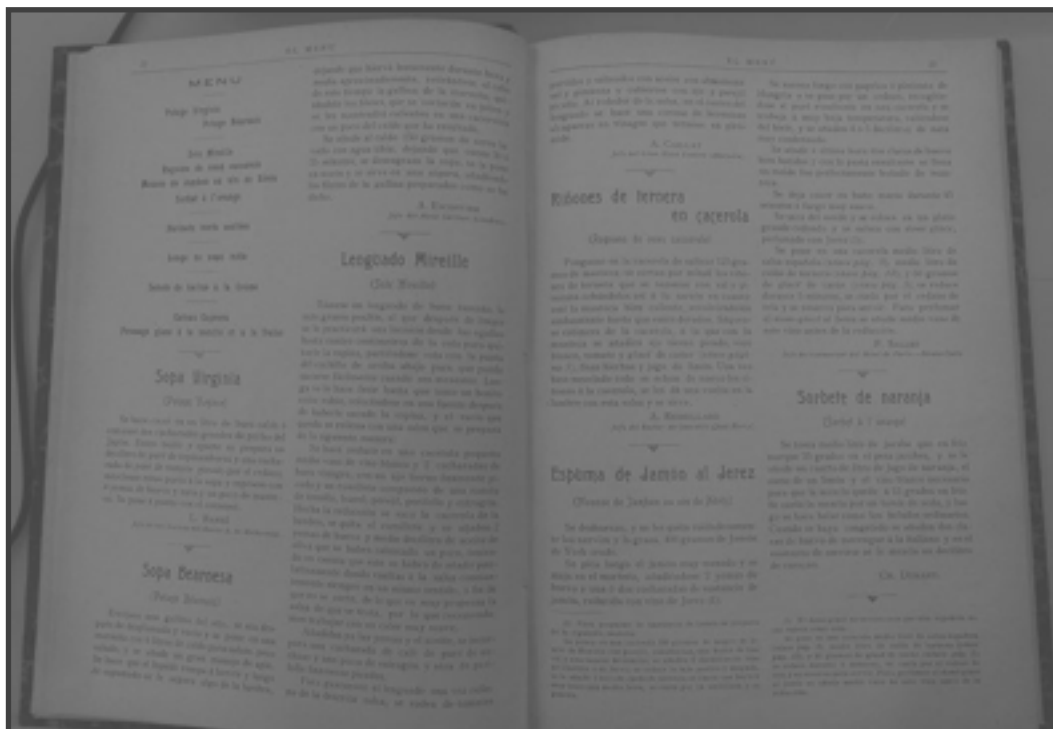
A partir de ese número dieciséis mencionado al principio de este epígrafe, *El Menú* introducirá en su portada los textos firmados por Salcor. Textos en los que se proporciona cierto contexto histórico-culinario, lenguaje propio, consejos para nomenclaturas claras sin exceso de pompa, o, sencillamente, textos que sirven para infundir ánimos al cocinero profesional, potenciar su autoestima frente al trabajo de colegas de otros

países como la vecina Francia, de cuyo reconocimiento y altura nadie duda; es el espejo al que mirar, pero para *El Menú* es también el estímulo para mejorar aquello que debe mejorarse y para reconocer lo que el cocinero nacional realiza con perfección y maestría. Son estos textos también un espacio para explicar cómo mejorar modales, etiqueta, protocolos, etc.

En cualquier caso y al margen del anterior punto de vista centrado casi por entero en el profesional, la revista resulta una lectura apta para todos los públicos y en nada puede catalogarse como publicación estrictamente profesional (excepcionalmente alude a algún menú o banquete memorable o en honor de alguna personalidad y ofrece algunas instrucciones dentro de las recetas propuestas que difícilmente podrán ejecutarse en casa -caso de la explicación para degollar un lechoncillo, salvo que se viva en un entorno rural y se disponga de granja y animal-).

Las páginas que componen cada revista ofrecen o suministran el menú completo para una semana; para la misma se ofrece la minuta completa en sus primeras páginas a modo de sumario. La receta aquí carece de adorno o estilo literario alguno, estamos ante la escueta explicación –lo que tampoco es asunto menor– de cada una de las fórmulas

incluidas en la publicación. Directa y sin excesivos pasos, *El Menú* se centra en la receta y



Fotografía Nuria Blanco, reproducción autorizada por la Hemeroteca Municipal de Madrid.

su confección.

La manera de presentar los menús no guarda relación con el orden interior en el que se ofrecen las recetas al lector o lectora, lo que dificulta su localización porque como veremos algo más adelante, a pesar de que las recetas y la práctica totalidad de la revista está escrita en castellano, los menús, se ofrecen en lengua francesa lo que sirve para reconocer la influencia e imitación del país vecino tanto en la cocina, y como en la vida social.

Un aspecto fundamental y que demuestra su cariz de publicación especializada del periodo, es que la misma, como ya hiciera Domènech, muestra su precaución por la higiene en la cocina y el tratamiento de los alimentos prácticamente desde su primer número.

*El Menú* se define como suele ser habitual en el primer ejemplar explicando a sus posibles lectores que nace para prestar servicio y proporcionar buen provecho. Ofrece un cordial saludo a la prensa en un primer editorial que vuelve a subrayar la

necesidad de abanderar la cocina sin prejuicios: “[...] dedicándonos al Arte Culinario, que no por ser de uso tan común, deja de tener su verdadera importancia dentro de la vida social, cuando enseña á bien condimentar con el mayor refinamiento, asociado á la mayor economía relativa y cuando desplegando toda su fastuosidad, sirve para el desarrollo de nuestra vida de relación”<sup>254</sup>.



Banquete de la Lliga Regionalista. Detalle interior de la publicación. *El Menú*, 16 de julio de 1904.

La revista no dejará de publicar eventos de la vida política catalana, de los que da cuenta de la celebración para destacar únicamente el banquete, es decir, sin opinar ni introducir sesgos sobre ideología o preferencias políticas. Es el caso del banquete de la Lliga Regionalista y sobre el que da cuenta la publicación en el número 13.

“No podemos menos que ocuparnos de este banquete, prescindiendo en absoluto de los ideales que pueda representar, pues desde estas columnas carecemos hasta de las más leve sombra de color político. Verdaderamente notable fue el acto aludido, en el que tomaron parte 1.175 comensales, número más que corriente, extraordinario, siendo de alabar la disposición y orden que en el mismo reinó, debido á la buena organización de la Comisión gestora, hábilmente secundada por D. Juan Pince, quien demostró cuán bien ganado nombre ostenta. El servicio á que cada determinado número de comensales tenía para su servicio ocho camareros y un jefe.

<sup>254</sup> Presentación de la revista de cocina *El Menú*. 21 de abril de 1904.



La comida propiamente dicha fue sencilla á fin de que el cubierto estuviera al alcance de todas las posiciones.

He aquí la lista de los platos servidos, que no por ser sencillos, dejaron de estar bien presentados: *Macaronis á la Piemontoise, Noix de veau glacée á la Maréchale, Merlan frit sauce Mayonnaise, Roat-beff á la Parmentier, Dessert, Café*".

*El Menú*, número 13, 16 de julio de 1904.

*El Menú*, está editada en Barcelona, es una revista centrada en su territorio. Y, a pesar de la declaración anterior incluida en ese número 16 del mes de julio de 1904 sobre la ausencia de influencias, debemos tener en cuenta que la publicación no esconde su fascinación por la cocina francesa a la hora de preparar y presentar el menú de cada número a sus lectores, también en lo que atañe a la selección de los platos que componen fiestas y banquetes destacados.

Es el caso del banquete anteriormente destacado, y es el caso del resto de recetas que conforman la revista, las cuales estarán escritas en castellano en su parte explicativa, pero transcriben con literalidad el título de cada una de estos menús especiales en lengua francesa. Esto no deja de representar cierto contrasentido con el estímulo propio y promoción culinaria interna que pretende transmitir.

En la revista, ajenos ya a la reproducción de menús de élite, tanto el título de la publicación, la traducción al francés del título de las recetas propuestas en cada número, la comparación, la imitación, los consejos sobre cómo diseña, organiza o se comporta el país vecino, no son sino el reflejo de su adelanto, y de su innegable influencia en nuestro país.

Estas características ligadas a la cocina y las propuestas de menús "a la francesa", representan lo más llamativo hasta el momento del grueso de cabeceras de este periodo analizadas en la presente investigación en cuanto a inclusión o alusión a Francia en su sentido de admiración. Incluso los menús incluidos en la revista se dividen en "Déjeuner" y "Diner", desayuno y cena respectivamente; el título de la receta viene en castellano y a continuación su traducción francesa. El texto de la receta, sin embargo, vendrá exclusivamente en castellano.



### **3.2.5.3 Ignacio Doménech y la elegancia en la cocina. Erudición, divulgación y armonía**

*La mesa elegante*, fue una revista culinaria de periodicidad quincenal dirigida y escrita, casi en su totalidad, por Ignacio Domenech, quien situó la redacción en sus primeros años en la calle De la victoria, número 7 de Madrid. La administración en cambio se situaba en la calle Jardines, número 24, también de Madrid, dirección desde la cual se coordinaba tanto las suscripciones y venta de números atrasados como la numerosa correspondencia que recibía Ignacio Domenech.

La publicación sólo admitirá un anuncio por comercio y ejemplar publicado. Esta pequeña revista salía a la venta los días 10 y 25 de cada mes y su precio individual era de 30 céntimos (la suscripción era posible tanto en el territorio nacional como en el extranjero por un periodo de seis meses o un año<sup>255</sup>). Su primer ejemplar vio la luz el día 10 de abril de 1904<sup>256</sup>. En su primer editorial titulado “A los cocineros”, su director apela a los profesionales culinarios, a quienes pide colaboración en un proyecto noble y humilde, volcado por entero con el recetario y su artífices, “verdaderos artistas, tanto en la confección y presentación de los platos, como en lo que se refiere á pastelería, confitería, conservas, licores [...]”<sup>257</sup>.

Las secciones habituales de la publicación cuya base de nuevo es la receta serían: “Crónica culinaria”, -término que aparece por primera vez del grueso de revistas analizado-, no es más que un texto abierto en el que caben modas culinarias o gastronómicas, costumbres, crítica social en relación con la alimentación, historias relevantes acordes con la temática de la publicación, etc. pero alejado completamente de la intención de juzgar platos en función de sus características al paladar; a la anterior seguían las recetas, internacionales y nacionales, almuerzos completos explicados y ejemplos de “menús elegantes”; “La cocina y la salud” firmado por el Doctor Petit; “Recetas útiles” o remedios caseros como detectar adulteraciones o la sustitución de

<sup>255</sup> Madrid y provincias, seis meses o un año: 3,50 y 6 pesetas, respectivamente. Extranjero: 4,50 y 8 pesetas, respectivamente.

<sup>256</sup> Los ejemplares analizados pertenecen a 1904 y 1905 únicamente.

<sup>257</sup> “A los cocineros”. Revista *La Cocina Elegante*, número 1, abril de 1904.

ingredientes en recetas; y “Correspondencia”, justo al final de la publicación en la que se publicaban las contestaciones a cartas enviadas por lectores y lectoras.

Incluía también consejos culinarios y para el hogar (cómo eliminar olores en la cocina, cómo limpiar utensilios de cobre o estaño o cinc, cómo quitar papel pintado, etc.), algún que otro soneto y pequeñas narraciones en las que mediaba la gastronomía, bien

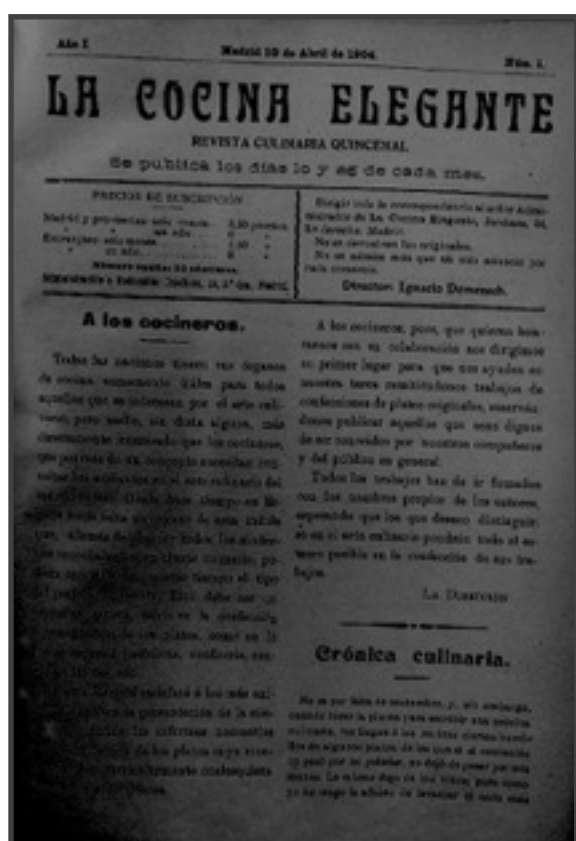
con el plato bien con un ingrediente determinado.

El principal hito de la publicación es la mediación que supone entre el conocimiento y reconocimiento de la culinaria foránea con el recetario nacional. Pero no en menor medida ha de ser reconocida la tremenda labor de divulgación gastronómica pues la revista de Doménech ilustra sobre cualquier aspecto que tenga que ver con la alimentación y la cocina.

La revista reproducía banquetes y menús ilustres ofrecidos en establecimientos elegantes y relevantes del periodo, tanto de España como de Francia.

En este sentido la publicación destaca no sólo por esa conciliación o convivencia entre espectros culinarios, sino por la precisa traducción y adaptación de los platos

franceses al terreno nacional. Si algún hogar pretendía estar a la última en cocina internacional sin duda ésta debería ser una de las lecturas obligadas dado el volumen de las mismas que incluye en cada número (todas además se corresponden con lo que podemos denominar recetario actualizado, pues las coincidencias con el resto de noticias y menús reproducidos así lo demuestran). Sin embargo, o a pesar de esta nota elitista, la publicación incluirá elaboraciones para todos los bolsillos y una más aún



Portada del primer número de la ejemplar revista de Ignacio Doménech quien se vuela con la cocina respetando y promoviendo sus variadas o muy distintas procedencias.

10 de abril de 1904.

específica sección titulada “Sección de la cocina económica” que incluía un menú completo y perfectamente explicado.

También lo fue el hecho de que no dejara de publicar bien en su propio nombre, bien a través de firmas colaboradoras, todo lo que, en relación con la cocina y la alimentación, le suscitase indignación o reflexión (el hambre en España, el arte en la cocina –su equiparación–, los placeres de la mesa lejos de prejuicios religiosos, etc.).

Por estas páginas pasearán recetas<sup>258</sup> como: Lenguado á la Fedora; Beefs-teak á la parrilla; Soufflé Rotchschild; Salsa á la Chateaubriand; Chupé<sup>259</sup>; Trufas á la Kandine; Ensalada mejicana; Frarchmackis Siliodki<sup>260</sup> (de arenques); Lenguado relleno á la hebrea; Mauzaka<sup>261</sup>, Ostras á la parrilla (también “á la inglesa” o “á la rusa”); toda suerte de canapés; postres y dulces nacionales e internacionales; conservas, etc.

Algunos de los chefs que publicarán sus recetas serán: Agustín Cos, T.O. Doret, Felipe Martí, Juan Marqués, P. Salles y P. Montagné, José Damalses (Jefe de Cocina del Casino de Madrid), entre muchos otros. Y, por supuesto, un buen número de menciones, indicación de recetas y técnicas aprendidas de Escoffier.



Detalle interior de *La Cocina*

<sup>258</sup> Todos los títulos de las recetas se transcriben literalmente de la publicación.

<sup>259</sup> Plato de la cocina peruana.

<sup>260</sup> Plato ruso.

<sup>261</sup> Plato turco.



### **3.2.5.4 Menaje. De la cocina a la doctrina y la ilustración femenina de postguerra**

*Menage* fue la otra gran revista que compartió escenario con *Paladar* y *El Gorro Blanco* durante el primer tercio del siglo XX. Editada desde 1931 en Barcelona por V. Sociats estuvo dirigida hasta el año 1940 por J. Rondissoni, profesor de cocina del Instituto de Cultura de la Mujer (Institut de Cultura de la Dona). V. Sociats era una empresa dedicada a la venta de artículos de cocina y uso doméstico que asumió también a partir de 1945 el proyecto editorial *El Gorro Blanco*, fundado a principios de siglo por Ignacio Domènech.

*Menage* fue una publicación más ligera que *El Gorro Blanco* que estuvo dirigida fundamentalmente al cocinero profesional pues aunque contenía recetario, las elaboraciones propuestas por *El Gorro Blanco* fueron sobretodo las propias de una cocina alta o elevada.

En la línea de *Paladar*, *Menage* traía entre sus páginas recetas y consejos útiles, pero incorporaba cupones descuentos para el hogar. Su público era femenino y con ella se aprecia considerablemente un aumento de publicidad en este tipo de publicaciones culinarias; de hecho la revista servirá como soporte promocional de marcas y productos al incluir cupones descuento entre sus páginas.

Incluía varias secciones ligeras con información sobre moda femenina, decoración y hogar, plantas y flores, confección de labores para mujer y niños, higiene y salud, consejos en caso de accidentes o qué hacer en situaciones de urgencia, un 'Consultorio indiscreto' casi siempre al servicio de incómodos problemas de salud, y el cuadernillo final 'Ecos de la Pantalla' dedicado al cine y sus estrellas.

La revista ofrecía la posibilidad de realizar cursos de cocina dirigidos por el propio J. Rondissoni, cursos que contaban con descuento para los suscriptores de la revista. Unas clases de cocina que, según reconoce la dirección en el número 38 de marzo de 1934, agotaban sus plazas apenas abierto el cupo.

*Menage* sigue durante los primeros años el pequeño formato (17 cm de ancho x 24,3 cm de alto) al estilo de *El Gorro Blanco* y *Paladar*. Sus contenidos se alojaban en unas cien páginas dedicadas a la cocina, entre las que se intercalaban consejos alimenticios y conservación de productos con reportajes variados siempre en relación con la cocina y los alimentos. Tras estas páginas el lector se topaba con un cuadernillo más fino y en papel de distinto color: eran las páginas que se correspondían con los cupones descuento en determinados establecimientos. Tras estos cupones aparecían los contenidos 'ligeros'; alrededor de veinticinco páginas de material extra en torno a la casa, el ocio -cine sobretodo- y la salud. Cada año la revista iniciaba la paginación que ya no abandonaba hasta el último número del mes de diciembre; es decir, las páginas de cocina llevaban numeración continúa ejemplar tras ejemplar por un periodo de un año.

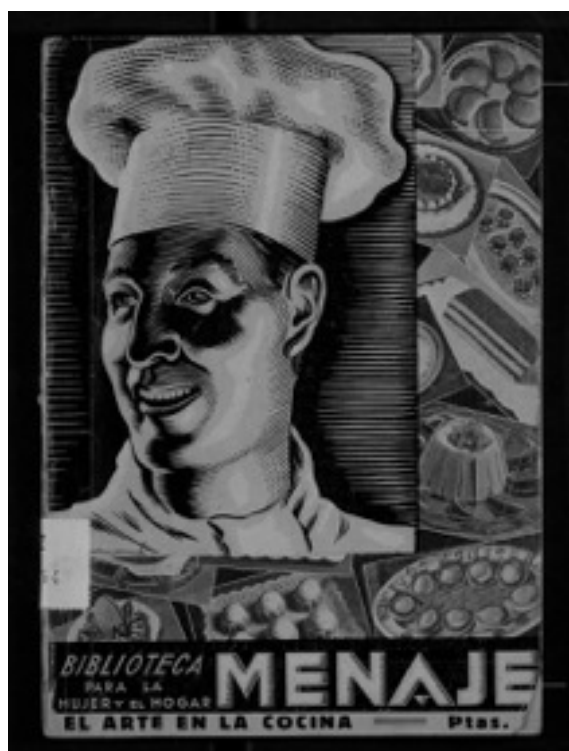
Las primeras portadas incluían las ilustraciones a color de J. Lloret o de M. Guarné. Progresivamente se irán intercalando más firmas haciendo que cada número presente un estilo particular pero siempre reconocible; a partir de septiembre de 1943 ofrecerá también la variante fotográfica en la portada. La revista, en su interior, es prácticamente casi toda en blanco y negro pero, paulatinamente, irá introduciendo algunas páginas de anuncios así como fotografías de platos en color.

La primera página, que incluye los datos editoriales de la publicación, contiene un pequeño texto a modo de bienvenida. Formula que se mantendrá durante toda la vida de la revista que, en ocasiones especiales como la Navidad, editaba un número extra con incremento de coste.

En su conjunto, *Menage* ofrece menor profundidad y variedad de contenidos en relación con la cultura gastronómica y sus posibles enfoques ya que se vuelca, por encima de cualquier otro contenido, en el recetario para el ama de casa. Es una revista de cocina propiamente dicha al estilo de la época que protagonizó, es decir, sencilla, directa y siguiendo siempre la misma fórmula con la que tiene ganado al lector. Aunque ofrece recetas cuyo nombre hacen pensar que son importadas de otros países, predominan los preparados de cuño español, ya sea de forma tradicional o con notas e ingredientes nuevos con los que actualizar el recetario nacional.



A partir del mes de abril de 1940, finalizada la Guerra Civil e instauradas las instituciones fascistas, se hace cargo de la dirección Gonzalo Bosch Bierge y la revista que reaparece pasa a ser editada “bajo los auspicios de la sección femenina de F.E.T. y de las J.O.N.S.<sup>262</sup>”. Con los sucesos de la guerra civil todavía muy presentes la revista reduce sensiblemente el número de páginas e introduce algo que será muy familiar durante las próximas décadas: la propaganda del régimen destinada a la mujer para divulgar el papel que le es atribuido en la nueva sociedad franquista. La revista que había huido de subtítulos o etiquetas innecesarias y que siempre se había dirigido a la mujer, ahora lo



En 1940 la revista Menaje, ahora escrita con “j”, pasa a estar bajo la dirección Gonzalo Bosch Bierge.

Tras la Guerra Civil la revista reaparece para ser editada “bajo los auspicios de la sección femenina de F.E.T. y de las J.O.N.S.

En su interior continuarán los contenidos de cocina a los que se sumarán otros encaminados hacia el adoctrinamiento político y familiar de la mujer.

hace pero no sólo para instruir en materia culinaria sino para aleccionar en lo político y social. Todos los contenidos finales son aprovechados para dogmatizar. Aunque como veremos no faltará alguna que otra crítica o desacuerdo, eso sí convenientemente velados o disfrazados de humor.

La revista reaparece tras el conflicto armado con el subtítulo *Biblioteca para la Mujer y el Hogar*, con lo que queda establecido su carácter de lectura propia del género femenino. *Menage* ya no se escribe con la senyera “g” sino con la “j” castellana. Ahora pasa a titularse *Menaje* y añade un nuevo objetivo su razón de ser: ofrecer material extra

<sup>262</sup> F.E.T. y de las J.O.N.S.: Falange Española y Tradicionalista y Junta de Ofensiva Nacional-Sindicalista.

para la ampliación de conocimientos en la concerniente a la formación y actuación que se espera de la mujer española. A partir de ahora, cada número publicado estará dedicado a un tema y saldrá a la venta al precio de 2 pesetas.

Algunos de estos números monográficos son: El arte en la cocina; Pastelería y Repostería; Arroz; Helados y platos fríos; Comidas veraniegas; Caza y volatería; La cocina y la raza (dedicado a las cocinas hispanoamericanas desarrolladas gracias a “la civilización hispánica”); Cocina internacional; Navidad; La cocina en los momentos actuales (que como veremos tratará de influenciar al lector para sobrellevar las dificultades a las que sometió la autarquía franquista al territorio nacional); Recetas sencillas de pastelería; Pescados y comidas de vigilia; Cócteles, ponches, tisanas y refrescos; Cocina vegetariana; Cocina para la infancia; Cocina de régimen.

Suelen ser colaboradores habituales Joaquín Ciervo, Cecilia Mántua, Elvira de Diego, Manuel Amat con su columna ‘Divagaciones y Comentarios’, El Bachiller Carrasco que tomará el relevo de la sección ‘Refranero comentado’, Federico Sánchez y Manuel Guarné. El mediático Ignacio Domènech también estará entre sus firmas, así como Julio Camba a partir de 1941, de quien se incluirán fragmentos de su notable libro *La casa de Lúculo o el arte de comer*.

Pedro Chicote y Miguel Boadas explicarán con frecuencia a las lectoras todo lo que hay que saber sobre los combinados. La revista dedicará el número 127 a las bebidas refrescantes donde se incluyen infinidad de recetas para sobrellevar los días calurosos de verano.

Es desde el año cuarenta cuando podemos hablar de un verdadero editorial en el que se introduce el tema principal de la revista, en el que se reconoce que su materia se corresponde con un arte fugaz pero en absoluto menor, a pesar de que “la plenitud de su goce dure tan solo un día”.

*Menaje* intercala entre sus páginas literatura moralizante. Cuentos, historias religiosas, alguna que otra novela, un singular refranero comentado al objeto de reflexionar sobre diferentes las distintas virtudes que pueden esperarse de los seres

humanos, en especial de las mujeres..., hasta en sus ‘burbujas de humor’ encontramos una doble lectura así como en los personajes históricos destacados.

La publicación incluye una sección de alimentación infantil, tan necesaria tras los difíciles años de conflicto y la escasez que para la mayoría tendrán los largos años de posguerra. Antes hablábamos del papel de la mujer. El *Manejo* de los años cuarenta contiene una sección regular titulada ‘Enseñad a cocinar a vuestras hijitas’ donde se ofrecen los principios elementales y las instrucciones sobre el uso de menaje, hornos, y todo tipo de elaboraciones al objeto de ir garantizando la sucesión femenina al frente de la cocina en cada hogar, coartando así la libertad de la mujer a la hora de decidir cuál es el verdadero papel que quiere desempeñar en sociedad.

La ‘Galería de figuras gastronómicas’ viene firmada por ‘Pimentón’, y en ella el autor da cuenta de comportamientos, anécdotas o novedades que todo buen gastrónomo que se precie debe considerar, bien en casa o en el restaurante.

Otras secciones importantes son ‘Greguerías’ firmada M.A. (posiblemente correspondan a Manuel Amat), ‘Curiosidades gastronómicas’ y ‘Cocina en Broma’ que es una suerte de glosario donde se explican conceptos, productos y alimentos así como sus características y condiciones de mejor consumo. Es ésta una sección que bien leída ofrece una radiografía de la época a través del sentido del humor, del por qué de determinada insistencia sobre algunos alimentos, así como de la carencia o sobreabundancia de productos y su insistente consumo. Pongamos algunos ejemplos extraídos del número 113, el que se corresponde con el mes de abril de 1940:

Cangrejos: constan de dos tapas y una serie de patas que son la llave de las tapas. Este animalito es muy vanidoso pues la mayoría de las veces está hueco. [...] Estos pequeños animalitos fueron creados para entretenimiento de los comensales, y como los pobrecitos no hacen otra cosa, están muy atrasados, y, claro, por eso caminan ‘pa’ atrás.

Almejas: pertenecen a la familia de los mariscos; son también muy vanidosas, tienen mucha fachada y albergan en sí muy poca cosa. Además, son muy tozudas y con algunas es preciso hacerles cosquillas para que se abran. La cáscara no se debe comer, aunque la señora de la casa, en su afán de que se coma todo, le inste a ello.

Lentejas: especie de píldoras, o pastillas para la tos. Leguminosa que por lo visto se reproduce a toneladas. Hace poco tiempo nos vimos invadidos por una plaga, que si nos descuidamos termina con nuestra existencia.

En cuanto al resto de secciones, la revista va incorporando anuncios al tiempo que introduce el color. Continúa prestando atención a todo tipo de cuestiones relacionadas con el hogar, incluye al final temas ligeros como moda o cine, y estrena 'Bibliografía' donde aparecen las novedades literarias del momento, casi siempre ligadas al aparato ideológico o a la Iglesia. Algunos títulos recomendados son *La perfecta casada del siglo XX. Guía de la mujer cristiana* del Padre Javier Schlitter o *El nuevo Estado Español* de Juan Beneyto Pérez.

Las notas literarias modernas las introduce en algunos números Aurora Dupin (cuyo seudónimo masculino fue Jorge Sand), en quien confía la revista para dar cuenta de obras culturales, musicales o literarias.

En su evolución incorpora también reportajes culturales y un consultorio cordial a cargo de Domingo de Fuenmayor bajo la premisa "Un consejo, al oído, para cada mujer". Este escritor también será el responsable de las entregas 'La educación de Juanitina, confidencias de una niña ni buena ni mala', en la que a través de los ojos de una niña se narran pequeños sucesos que nos ofrecen una galería de personajes y estilos de entender y afrontar la vida de la época.

'Habla abuelita' de Carmen del Puente es otra de las secciones fijas y veteranas de la publicación tras su reaparición en 1940, y en ella lo que debe tener en cuenta la lectora es la sapiencia de esta veterana y sufrida mujer.

Finalmente, la revista da cuenta de la 'Labor de la Sección Femenina de F.E.T. y de las J.O.N.S.'. Es esta la sección propagandística por excelencia en la que se cuentan las acciones caritativas, las ayudas o los cursos de formación que se han desarrollado en torno a la educación de la mujer ya sea en el campo o en la ciudad.

A partir de 1941 las carencias hacen que el editorial de *Manaje* esté dedicado a 'La cocina en los momentos actuales' y así se explica ante los lectores la publicación en el número 121 de enero de aquel año:

**La cocina en los momentos actuales**

Faltaríamos a nuestro deber si soslayando lo que pide cada momento nos dedicáramos a hacer alegremente números y más números de Menaje ajenos a una finalidad educativa, que es la que en definitiva perseguimos. No es este nuestro deseo y, por lo tanto, cumplimos como debemos al publicar este número dedicado a la cocina en los momentos actuales.

Nadie debe ignorar que tras nuestra guerra de liberación y ante los momentos que el mundo está viviendo, debemos llevar, hasta con alegría, austeridad a nuestro vivir, que a la postre con muchos menos elementos contaba el hombre para su sustento hace unos siglos aun siendo testas coronadas, que la complicación en las comidas es obra joven en el tiempo y está de más lamentarse de cosas tan superfluas cuando tantas otras de más seriedad requieren nuestra atención.

Con los elementos, pues, de que actualmente se dispone, puede el ama de casa preparar sobradamente variedad de comidas si preside su actuación una adecuada preparación culinaria y a ello acudimos como siempre en los años de nuestra vida editorial para ayudarla, entendiéndolo una necesidad como nosotros mismo titulamos “de los momentos actuales”, orgullosos de inaugurar el nuevo año que tan feliz deseamos a nuestras lectoras, con un nuevo paso que nos acerque a ellas en plan de amigos consejeros, que es el galardón que más preciamos.

Si nuestra revista Menaje no es una revista más, sino una revista educativa que se ha hecho necesaria en muchos hogares, justo es que hagamos todos los esfuerzos por ayudar a esos mismo hogares a defenderse en tiempos difíciles, cuando en los fáciles tuvimos y volveremos a tener, sin duda alguna, esa pléyade de lectoras afines con nuestra obra, que son base y sustento de nuestra actuación.

Y seguiremos ostentando el natural orgullo de cumplir con ello un deber que se nos hace agradable, y tan a gusto lo hacemos.

**Menaje, nº 121.** Enero de 1941.

Se trata de un editorial que tiene por objeto elevar la moral e incidir en la asunción de sacrificio que se espera de la población ante la evidente escasez de alimentos y mercancías; 1941 fue uno de los años más duros en España, con frecuencia se alude a él como “año del hambre” (Almodóvar, 2003:249). No queda más remedio que echarle imaginación al puchero para sobrevivir, y así se confecciona un recetario con el que alimentarse. Al grito de todos juntos o todos a una, la dirección de la revista pretende contagiar sentimientos. Son tiempos difíciles, nos dice, pero vendrán otros, que a la fuerza habrán de ser mejores, concluye el editorialista.

En un derroche loable de imaginación ‘La cocina de los momentos actuales’ propone entre otras muchas recetas: Sopas de ajo; Sopa de pescado; Ensalada de naranja y manzanas; Consumado nacional (consomé a base de morcillo de buey, mantequilla, huevos, cuello de gallina, zanahorias y tomate); Croquetas de espinacas; Corona de espinacas; Espinacas con pasas; Espinacas a la francesa; Puré horticultor; todo tipo de preparados donde la patata es protagonista como las Patatas Macaire (patata, mantequilla, pimienta y nuez moscada); Patatas rellenas (de queso y mantequilla); Patatas fondentes (patatas y manteca de vaca); Patatas a la polonesa (con cebolla, mantequilla, leche y una pizca de nuez moscada); Patatas a la Saboyana (iguales que las anteriores pero con el añadido de perifollo); y un sin fin de combinaciones con arroz. Caracoles, pollo, huevos, pescados de río o de roca, y casquería son otras propuestas. Y entre ellas encontramos algunas sugerencias, pocas la verdad, para mesas más ambiciosas con recetas a base de langostinos, langosta, cordero o capones y pulardas. Canela, almendras, membrillos, manteca, anís y leche serán los componentes más comunes de dulces y postres.

Se trata de propuestas sencillas a partir de la despensa disponible con las que poder alimentar a las familias. El estraperlo será la manera de conseguir productos como aceite, vino, tocino o solomillos, que sin embargo no estarían al alcance de cualquiera. A pesar de todo, tal fue el auge del estraperlo que el Gobierno aprobó la Ley contra la Ocultación y la Especulación en 1941. Su transgresión incluía la pena de muerte (Almodóvar, 2003: 245-246).

A pesar de las dificultades y una vez asimilada la vocación partidista, *Manaje* seguirá su proceso creativo en lo concerniente a la cocina, desarrollando buenas recetas cuando no adaptando las foráneas. Sin duda, la publicación a estas alturas es absoluta veterana de la materia de la cual trata. Mantiene prácticamente su estructura así como el estilo y presentación temática, y trata de cubrir todo el espectro de los supuestos intereses femeninos. Pero lo cierto es que *Manaje* siempre destacará por su recetario, incluso el de “los tiempos difíciles”.

En 1943 la revista anuncia la subida de precio de 2 pesetas a 2,50 pesetas, cifra que ascenderá a 3 pesetas a partir de 1945, fecha a partir de la cual los editoriales tienen

el lugar común desde el que avivar la imaginación de las cocineras por más que “resulte inútil que la dueña de la casa haga reflexiones sobre la dificultad de los tiempos y la poca facilidad que hay de encontrar de todo para hacer buenas comidas”<sup>263</sup>.

A partir de este año el contenido exclusivo de recetas y cocina se reduce, y comienza a apreciarse un ligero incremento de noticias y pequeños reportajes relacionadas con Alemania, país del que se destaca sobre todo su industria; aspecto del cual deducimos haciendo una histórica retrospectiva que no estamos ante una anécdota casual. También se percibe esta inclinación en las páginas finales, aquellas dedicadas al cine y sus protagonistas sobre todo, donde ahora aparece filmografía de manufactura alemana. Con cada número la revista incluye o aumenta contenidos sobre



Menaje, diciembre de 1950.

El nuevo estilo de Menaje supone el adiós definitivo al espíritu culinario con el que nació la revista.

costura y manualidades, y, aunque conserva su recetario que se corresponde con las páginas de la primera mitad de la revista, pierde firmas relevantes y se vuelve completamente práctica, su enfoque será el de mantener en orden la cocina y el hogar. En junio de 1947, tras diecisiete años de vida, llega el gran cambio e incluye en su portada algo que ya era evidente: *Manaje* es una revista de *Cocina, Modas, Labores, Lecturas, Cine y Humor*, y como tal incluye estas palabras en su portada a modo de subtítulo anunciando, además, el futuro de lo que será la prensa rosa española y el final de la que fue en origen una buena revista de cocina.

<sup>263</sup> Menaje, nº 186, junio de 1946. “Las salidas al campo”, editorial. Número especial dedicado a las Comidas Campestres.

La publicación cambia completamente su apariencia. Amplia su formato y pasa a medir 21 cm de ancho por 26,5 cm de alto, la paginación se estabiliza con 44 páginas por revista y número, y mantiene su último precio, tres pesetas por ejemplar. La composición de las páginas denota mayor elaboración así como el diseño y encajado de la publicidad. En cuanto a contenido, el mismo de siempre hasta 1949, año de defunción de la revista de cocina dado que en la nueva *Menaje* que ahora cuesta 5 pesetas apenas queda rastro de recetas. Éstas se incluyen en las páginas finales y no ascienden a más de once o doce por número. En 1957 la cabecera desaparece completamente para dar paso a la revista *Ilustración femenina*, donde la cocina, firmada por “Andrés 832832y” con esporádicas aportaciones del profesor Rondissoni, queda en anécdota en comparación al protagonismo que antaño ostentó.



### 3.2.5.5 Paladar. El brillo de la cocina en la Segunda República

*Paladar* fue una de las primeras revistas editadas en Madrid durante los primeros años del siglo XX. Con ella reaparece la preocupación social por recuperar el arte de la cocina casera, por modernizar platos y servicios, así como el afán de divulgar y educar a la población en materia de alimentación.

Con una periodicidad quincenal y subtitulada *Revista de Cocina*, ejemplifica el disfrute por la buena mesa durante los escasos años que duró la II República. Una mesa abundante y variada a juzgar por las recetas que en ella se incluyen. Sin embargo sus páginas atienden a todos los gustos y bolsillos ya que sus propuestas eran capaces de resolver las cocinas más modestas y las que debieron corresponderse con las mesas de la población más favorecida o acomodada, así como de las élites republicanas.

Esta revista estaba dirigida por Gonzalo Avello, veterano colaborador en espacios radiofónicos así como en semanarios, y fue editada en Madrid por Artes Gráficas Faure, cuya sede se encontraba instalada en el número 21 de la calle Abascal. De lo que de ella nos ha llegado podemos deducir la seducción que ya por entonces representaba la cocina y el gusto por la buena mesa en el hogar español.



La publicación, de pequeño formato (13,5 cm de ancho x 25 cm de alto) y enfocada por entero al público femenino, gozó de tanto éxito que el propio editor agruparía en volúmenes<sup>264</sup>, a partir del número cinco, cada período de seis meses de vida de esta publicación que ofrece en cada una de sus páginas parte de la historia cotidiana de la España de los años treinta. Y digo modesta por su formato y la exposición estética de los contenidos, no por la calidad de los mismos dado que los textos publicados con frecuencia denotan esmerada redacción. Fueron además textos variados que mantuvieron a lo largo de su trayectoria la vocación divulgativa y que incluían siempre las convenientes explicaciones para la total comprensión de recetas, consejos y reportajes (siempre con intencionalidad divulgativa e informativa y escritos desde la mayor perspectiva objetiva posible) que se apoyaron con frecuencia en lenguaje cultivado. A pesar de esa aparente sencillez estética, condicionada por las posibilidades editoriales de aquellos días en relación con el diseño, la publicación incluía fotografías en blanco y negro para mostrar con más detalle el desarrollo de cada receta -una especie de paso a paso orientativo-, también para mostrar novedades, vajillas y utensilios de cocina. A estas fotografías básicas o prácticas en blanco y negro seguirían las de color a partir de 1934 así como ilustraciones; sin embargo y aunque las imágenes acompañan y enriquecen los artículos y reportajes, la revista nunca destacaría por incluir gran contenido gráfico.



El primer número de esta revista de cocina a la fuerza debió salir durante el mes de mayo, si prestamos atención a la numeración y las correspondientes fechas del

<sup>264</sup> Posiblemente la encuadernación se realizaría a partir del envío de los números por parte de los lectores; pero, no hay pruebas fehacientes sobre este hecho, es una especulación.

material conservado: el número cinco, que es el número que abre la encuadernación mencionada, lleva fecha de 1 de julio de 1933. Teniendo en cuenta que fue una publicación quincenal, por deducción su primer ejemplar del cual de momento en la BNE no hay rastro, debió de ver la luz durante principios de mayo del mismo año. La revista *Paladar* ofrecía la posibilidad de suscripción al precio de 15 pesetas por un año, 8 pesetas seis meses. Tenía una media de 48 páginas y el precio habitual de cada número era de 75 céntimos.

En el blog *Divagaciones del Paladar*, Adolfo Cancelo, integra en uno de sus post el que con toda probabilidad es el primer editorial de la revista que, efectivamente, este autor sitúa en mayo de 1933, concretamente el día 1 de mayo de 1933. En el mismo se dirige exclusivamente al público femenino, sin duda, la masa lectora a la que interesará la revista.

#### SEÑORAS:

Si en este momento me fuese posible llevar a la practica mi pensamiento, en vez de ofrecer a ustedes estas cuartillas de presentación de **PALADAR**, les diría: ¡¡¡Bellísimas Señoras y Señoritas, simpatiquísimos caballeros.... a la mesa¡¡¡. Y en la mesa, mientras hacíamos los honores a un buen menú, es decir después de haber terminado el primer plato , antes seria arriesgadísimo el distraer a la gente, explicaríamos la amplitud de nuestros proyectos. Pero como no puede ser así, aun sintiéndolo muchísimo, en pocas líneas vamos a imponerles de lo que va a ser esta revista, que acaba de nacer, bajo los mejores auspicios.

Desde que nuestro primer progenitor, el buen padre Adán, después de haber creado la escuela de los desaseados, en la que cuenta con tantos prosélitos, cometió la debilidad de desobedecer al Señor, a partir de ese instante, el hombre se ve obligado a buscar su alimento cotidiano.

El hombre de las cavernas no solo se parecía a los animales en el mecanismo inconsciente de lo que pasa durante la digestión y la asimilación, sino que se parecía también en la alimentación, sino que se parecía también en la alimentación. Poco a poco, el instinto fue iniciando al hombre en la elección de su alimento, hasta que el descubrimiento del fuego lo vino a convertir en el amo de la tierra; modifíco sus instintos, brindo a los cuerpos la caricia del calor, disipo la tinieblas, y al asar los alimento y al cocerlos, las facultades olfativas del hombre fueron desarrollándose. Al darse cuenta de que el paladar, la lengua y el olfato eran la trinidad que constituye el sentido del gusto, el hombre comprendió que la necesidad rudimentaria de nutrirse, la función de alimentar una débil maquinaria, podría convertirse en uno de los mas nobles placeres, y el primitivo ceremonial de las comidas fue

modificándose, aportando a la mesa todos aquellos elementos que pudieran embellecerla, dando satisfacción a los demás sentidos: flores, esencias, músicas....

Desde entonces la mesa es el lazo de unión entre el espíritu y la materia.

El cocinero fue elevado al mas alto rango, convirtiendo la cocina en un arte verdaderamente genial, como dice Gabriel d'Annuncio "arte estetica per giunta, come quella che del cadavere d'una bestia arriva a farne un oggetto di delizia pel palato e per altri sensi, quali l'odorato e la vista"

La mesa es el único lugar donde el hombre rinde culto a la indulgencia y a la tolerancia, puesto que una buena cocina es el deleite de una conciencia tranquila y hace que el hombre lo perdone todo; por el contrario, cuando no es indulgente ni tolerante es ante todo una mala cocina; un plato lamentablemente preparado o servido molesta mas que un dolor de estomago, y un dolor de estomago es más serio que Stalin.

Al comenzar esta publicación no pretendemos hacer un simple recetario, donde el ama de casa tenga resuelta la tragedia de pensar el menú del día siguiente y, además dársele resuelto; no, eso no basta; queremos no solo fomentar la gastrotécnica, sino también la gastronomía.

La gente, conforme adquiere una educación intelectual, moral y artística, debe adquirir una educación gastronómica. No basta que el ama de casa sepa cuantos y cuales son los elementos que nos ha dado Natura para nuestra nutrición; es necesario que sepa cuales son sus cualidades, sus ventajas e inconvenientes; y teniendo esos conocimientos sabrá dar mas digestibilidad a los alimentos y aumentar su potencia nutritiva. Aprenderá a buscar nuevos sabores, y con todos estos conocimientos y esa intuición culinaria innata en la mujer, tendrá la sofisticación de crear, de buscar nuevas sorpresas a nuestras papilas, educándonos en el sentido del gusto. Aprenderá a variar los manjares, porque el organismo así lo exige; una misma comida produce cansancio, fatiga a la vista y, por tanto, disminuye el apetito; se comerá menos, y al comerse menos se adelgazara, y ...un hombre que adelgaza por mal alimentado es un semillero de malas intenciones. *Mala digestio nulla felicitas...*No olviden ustedes que el fastidio nació un día de la uniformidad.

Nos ocuparemos de la geografía gastronómica, pues además de que la topografía del terreno influye sobremanera en la cocina de cada región, y eso es siempre interesante conocerlo, no debemos olvidar que la gastronomía debe ser la bien amada del turismo; todo turista consciente sabe que; además de un Kodak, la Michelin y una tarjeta de identidad con un retrato lamentable, es indispensable una orientación gastronómica; debe de tener presente que no hay sitio mejor para ordenar nuestras impresiones, para comentar la grandiosidad de una catedral, la historia de un castillo, la alegre sombra de una floresta o la austeridad de una montaña, que la mesa, donde las excelencias de un menú despierten en nuestro cerebro un mas depurado sentido analítico.

Tendremos a ustedes al corriente del arte, cada día mas divicl, del servicio de la mesa, lugar

donde se acredita el buen gusto de toda buena ama de casa.

En nuestras paginas encontraran ustedes la cocina de régimen, de consejo medico, artículos de técnica culinaria, origen de los platos, adulteraciones, medios de hacer la compra, y unido a estos capítulos de tanta importancia, la pagina histórica, la anécdota, yo todo ello avalado por artísticas fotografías y bien interpretados dibujos.

Con todo, esperamos conseguir que nuestras lectoras lleguen a adquirir los conocimientos técnicos de un cocinero y el gusto depurado de un verdadero gourmet, y como consecuencia de ello, conseguiremos que en nuestro país el divorcio por incapacidad en el arte de la cocina sea casi desconocido....

... y para terminar, permítanme ustedes que les recuerde que en la mesa, a la que el mundo hipócrita no quiere dar importancia, es donde Cristo repartió su Cuerpo y Sangre, y que como dice el italiano Pananti, no ha fiesta civil ni religiosa donde no se extienda la mesa.

Tutte la societa, tutte le festecominciano e finiscono in pappate,e prima che s'accomodin la testevoglion esser le pance accomodate.

Firmado G. Abello (sic.)<sup>265</sup>

Este precioso, directo y esclarecedor editorial culinario no debe impedir que perdamos de vista algo sustancial: el contexto social en el que se enmarca la revista, dado que son años inmediatamente anteriores al conflicto civil español. Por aquel entonces el salario medio en España era de 4 pesetas diarias, es decir, que si cada ejemplar cuesta 0,75 céntimos es más que seguro que será la mujer o ama de casa bien situada la que pueda comprar con religiosidad la revista.

A pesar de su pronta interrupción, provocada por el conflicto civil español, *Paladar* estuvo en circulación durante dos años en los que trató de elevar la cocina y la cultura gastronómica en España. El historiador y profesor de la Universidad Complutense de Madrid, Isabelo Herreros, en su libro homenaje a la cocina republicana recoge una frase, atribuida al cocinero Ignacio Domènech, colaborador habitual de la revista y responsable de la sección '*De mi carnet de cocinación*', que define muy bien la filosofía de la revista: "Se tiene que cultivar mucho más la afición a la cocina, porque gran parte de la felicidad del hogar, las más de las veces, parte de la misma"<sup>266</sup>.

<sup>265</sup> Texto extraído y reproducido sin correcciones gramaticales del blog Divagaciones del paladar.

<sup>266</sup> Cit. Ignacio Domènech en *Libro de Cocina de la República*, Isabelo Herreros (2010). Reino de Cordelia, Madrid.

Gonzalo Avello, responsable de la publicación, en la presentación de la revista número cinco confiesa que la idea de recopilar en volúmenes el trabajo realizado cada seis meses se debe al abundante número de peticiones que pesan sobre la revista. Entre dichos ruegos se incluye el deseo del público de contar con un recetario ordenado, y, atendiendo a sus lectores la editorial toma nota y ofrece “uno de los tratados de cocina más completos y amenos”<sup>267</sup>. Una colección de recetas “de expresión clara y fácil comprensión”<sup>268</sup> bien encuadernadas y disponible cada seis meses.

Lamentablemente ninguno de estos libros en los que se agrupan los números de la revista incluyen ni una sola de las portadas originales. Éstas las hallamos en los números 2, 3 y 4 que se han conservado de manera independiente en centros públicos. No obstante, con tan sólo echar una ojeada por encima a la revista, con portada o sin ella, podemos adivinar la sabia decisión de sus responsables al encuadernarla y ofrecerla como lo que es: un auténtico recetario para aquella hacendosa ama de casa, fuera republicana o no.

La revista, claramente dirigida al público femenino, relegado al cuidado del hogar, combinaba el carácter práctico con la divulgación o enseñanza culinaria cultural e incluía en sus primeras páginas los menús completos para la quincena en curso. Quince menús compuestos por comida y cena, que se remataban con un postre. Con frecuencia incluía el paso a paso de la receta o la recomendación para ofrecer el servicio correcto atendiendo a cuestiones de protocolo.

Y como cierre de minutas y artículos, el editor añadió una fórmula a modo de faldón (cuando así le convenía) con la clara intención de cubrir los blancos en las páginas. Se trataba de frases, con frecuencia sentenciosas, cuya finalidad no era otra que la de instruir y deleitar al aficionado lector de la época. He aquí una deliciosa recopilación<sup>269</sup> que sin duda servirá para ensanchar nuestras nociones sobre aquellos días, sobre aquellas cocinas y sus filosofías.

---

<sup>267</sup> *Paladar*, revista de Cocina. Segundo Semestre, tomo I (1933).

<sup>268</sup> *Ibid.*

<sup>269</sup> Recopilación de aforismos o sentencias que en relación con la comida fueron publicadas en la revista de cocina *Paladar*, entre los años 1933 y 1934.



El hambre activa al más perezoso.

El vino abre la puerta a la cólera.

Buena salud hace buenos dientes.

Lo confortable es la condición esencial de una buena comida.

La “gourmandis” es un don de Dios para distraer a las gentes virtuosas.

La cocina refinada nos lleva a la farmacia. (Franklin).

El vientre del gourmet es civilizado, cortés y bien educado.

Comer es una obligación doble de un placer.

Los dientes más largos son los del hambre.

El azúcar es el alimento de la sensibilidad.

El pescado, como la carne, se presta a todas las preparaciones.

Una comida recaliente no vale jamás nada.

Las almendras convienen particularmente a los diabéticos.

Bebed bien; pero simplemente, y vosotros viviréis muchos años.

La cocina es un campo de acción que se extiende al infinito.

Quien rehúsa un vaso de vino rehúsa una hora dichosa.

Gustaréis mejor vuestro alimento y vuestro estómago quedará reconocido.

Que los alimentos sean proporcionados al trabajo (Hipócrates).

El ajo es a la salud como el perfume a la rosa.

Sobre alimentación no se pueden dar reglas absolutas.

En el régimen alimenticio hay que buscar la armonía.

Los excesos son contrarios a la gastronomía.

La paciencia es la primera virtud del gourmands.

Los frutos son los guardianes del organismo.

Una mujer del buen gusto se la conoce por la decoración de su mesa.

Se come tanto con la inteligencia como con la boca.

Se aprecia mejor una buena comida que un buen sermón.

La vida está hecha de desilusiones consoladas por buenas comidas.

La cocina es un campo de acción que se extiende al infinito.

Se aprecia mejor una buena comida que un buen sermón.

Lo confortable es la condición esencial de una buena comida.

Sopa antes, sopa después, vivirás años ciento tres.

**Revista Paladar.** Recopilación de frases publicadas entre los años 1933 y 1934.

Detrás de cada una de estas frases se esconde la sabiduría de la experiencia y aunque hoy, gracias a nuestros conocimientos en nutrición, sabemos que algunas de ellas son considerablemente mejorables, componen un inestimable muestrario de la gastronomía y los conocimientos que de ella se tenía en la época. También de su entendimiento como fenómeno cultural ligado a la comida.

De nuevo sumergidos en sus páginas, encontramos la queja de Gonzalo Avello que, en el número 2, lamenta lo que a estas alturas parece institución por el cerco al que están sometidos los mercados de barrio así como por la proliferación de negocios y casas comerciales en donde comer apresuradamente debido a las exigentes horarios laborales: “la dejadez por los cosas del guisar”. Avello asegura que “cuántas veces, en el éxito de una resolución nuestra, ha influido grandemente la mesa”, por lo que si queremos tener éxito tanto en casa como en los negocios no debemos descuidar la mesa porque “alrededor de la mesa todo se fragua”. Ya sea como justificación de la revista ya como sapiencia popular lo cierto es que *Paladar* estaba llamada al éxito por su eminente sentido práctico. Y si hoy la mesa que agrada y convence con frecuencia se halla fuera del hogar, por entonces era la demostración de que el anfitrión era gente de fiar.

Ese pragmatismo es lo que lleva a la dirección de la revista a agrupar encuadrados los doce números que la revista publicaba cada seis meses al objeto de formar un auténtico compendio de cocina.



De los que pudieron sobrevivir no tenemos datos definitivos, pero sí disponemos de las dos primeras recopilaciones en las que encontramos lo que podemos denominar, atendiendo al periodo de su publicación, como la cocina de la república<sup>270</sup>. Entre ambos volúmenes se aprecian algunas diferencias que hacen pensar en el éxito de la revista entre un público heterogéneo en cuanto a formación pero con el denominador común de compartir el interés por la alimentación, como por ejemplo que el primer volumen (segundo semestre de 1933) conserva la paginación independiente de cada



revista. Incluye los números de la revista del 5 al 16 y ofrece únicamente dos tipos de índices: el alfabético, que se corresponde con la recopilación de todo lo publicado entre 1 de julio y el 15 de diciembre de 1933; y el índice por secciones que muestra una división temática entre las que destaca el singular editorial encabezado siempre con el sugerente título '*Divagaciones*', escrito por Gonzalo Avello hasta el número 12 y continuado por Ángel Peyge a partir del número 13.

No se me ocurre expresión más acertada para nombrar el interés que ya suscita el ámbito culinario y por extensión el rico mundo gastronómico, el cual, como demuestra esta publicación, trata de transmitirse y modernizarse con una serie de artículos especializados.

También merece destacarse este aspecto a través de las detalladas descripciones sobre platos y alimentos, con estilo ameno pero riguroso, y casi siempre, con marcado enfoque cultural al alcance de cualquiera. Verdadera democratización culinaria.

Este primer índice es el que nos ofrece una panorámica completa de la concepción de la revista en sus primeros meses de vida porque está dividido en secciones que abordan los productos y la selección de bebidas, así como menús especiales o selectos, como los propuestos para la Nochebuena o Fin de Año de 1933. Precisamente el de Nochebuena de 1933 pretende satisfacer a todo el público,

<sup>270</sup> De la revista *Paladar* da cuenta también Isabelo Herreros en su *Libro de Cocina de la República*. En él incluye interesante material gráfico así como una recopilación de las mejores recetas de la época.

independientemente de su economía o posición, detalle que vuelve a responder a ese amplio espectro de lectores con que contaba la publicación.

### **Cena de Nochebuena de 1933**

De todas las del año es Nochebuena la que se celebra con más pompa; igual las familias acomodadas que las clases modestas solemnizan con extraordinarios gastronómicos el nacimiento del Hijo de Dios.

Fácil nos sería obsequiar a nuestras lectoras con una lista de comida fastuosa, en la que figurarían desde las ostras y el caviar hasta las más excelentes “populares” trufadas, pasando por lo mejor o más costoso que producen los ríos y los mares en clase de pescados, pero estamos en España y hay que rendir culto a la tradición, que nos ordena no prescindir del modesto besugo en día tan señalado ni dejar para otra ocasión platos que tienen en esta fiesta su sitio adecuado; por eso preparemos un menú sencillo, y nuestro deseo sería que, a pesar de su sencillez, no hubiese una familia española que en día tan señalado dejase de saborear este menú completo: entonces sí que pudiera darse por definitivamente arreglada la cuestión social, que como ha dicho muy bien un pensador, es cuestión de estómago.

**Revista Paladar**, diciembre de 1933.

### **Menú Nochebuena 1933**

Sopa cana o sopa de almendras (plato típico de Aragón, Navarra, y parte de la región riojana)

Lombarda a la española

Besugo asado

Pavo relleno con castañas

Ensalada granadina que se servirá de postre aliñada con jerez, y con rodajas de naranja y plátano alrededor.

Turrones, Frutas y Cascajo (frutos secos)

**Revista Paladar**, diciembre de 1933

La publicación sugiere confeccionar todo el menú para una mesa completa o, por el contrario, optar por un primero y un segundo, seguidos de fruta y postres, de los que también propone servir todos o escoger los que mejor se acomoden al gusto y presupuesto de los comensales.

Asimismo la revista *Paladar* incluye entre sus páginas consejos de limpieza, de conservación de alimentos, y de “cocinación”. Estos últimos quedan siempre agrupados en la arbitraria (por variada) pero siempre rigurosa e instructiva sección titulada ‘*De mi carnet de cocinación*’ firmada por el cocinero Ignacio Domènech, colaborador habitual de esta y otras publicaciones, y director durante años de la revista profesional *El Gorro Blanco*.

Entre las páginas de *Paladar* también había espacio para atender las novedades relacionadas con lo culinario: los nuevos útiles de cocina, los avances tecnológicos o las academias que impartían cursos de perfeccionamiento en la cocina y que incluían lo más novedoso importado de la meca francesa.

*Paladar* se preocupaba de igual modo por la relación existente entre la cocina y la salud al incluir la sección que abordaba la cocina y la medicina, lo que sin duda denota una labor educacional al tiempo que la incipiente asimilación de parte de la sociedad sobre dicha relación. En cuanto a modales y protocolos, encontramos consejos para servir correctamente el té, la presentación de nuevos manjares, dulces, golosinas, tentempiés y variedades (casi siempre dedicado a los encurtidos, salmueras y salazones, donde cabe un genérico titulado ‘Cositas’ que aborda desde la carne al pescado y todo lo que, ya sea extranjero o nacional, pueda llamar la atención al equipo de redactores). También incluye una página para responder dudas y cuestiones planteadas por los lectores en torno a la elaboración o cualidades de productos o platos. Y, cómo no, consejos sobre cocina fácil.

El siguiente volumen (primer semestre de 1934) comprende los números del 17 al 28, revistas del 1 de enero de 1934 al 16 de junio, presenta innovaciones debidas sin duda al crecimiento en el número de lectores y a la lógica de la experiencia acumulada. En tan sólo seis meses la revista evoluciona de manera sorprendente, se profesionaliza ya que en esta ocasión el índice incluye tres interesantes subdivisiones: índice alfabético, índice de materias e índice de secciones.

En este volumen la paginación es continua. El ‘índice alfabético’ ofrece al lector la clasificación ordenada alfabéticamente de todo lo tratado por la revista durante los

seis meses que comprende. Pero será el ‘índice por materias’ el que muestre la verdadera evolución junto con el ‘índice de secciones’.

Tras seis meses de vida en los que han visto la luz 16 números (de los cuales 12 permanecen encuadernados en el Tomo I), la revista da un paso adelante y responde a una sabia decisión mediante la cual se puede encontrar de un vistazo los platos para confeccionar un menú conforme al gusto de cada lector, es decir, ofrece o proporciona mayor libertad al comensal. Y así, este novedoso índice de materias divide las recetas en: aperitivos y entremeses; aves y caza; carnes; pescados; dulces y postres; huevos; legumbres, verduras y tubérculos; pescados, mariscos y moluscos; refrescos y helados; salsas y sopas.



Pero además, en el siguiente índice, el de ‘Secciones’, apreciamos otra evolución de la revista al abordar cada uno de los temas publicados y ofrecerlos al lector con sus respectivos y ahora más seductores títulos.

*Ideas frescas para el verano, La cocina de América, La cocina elegante, Mosaico de recetas o Platos recalentados* son abanico suficiente para comprobar la diversidad de temas y enfoques gastroculinarios. Evolución que se nota en cada editorial, entre los que encontramos títulos que invitan a la reflexión y que buscaban destacarse mediante el atractivo o la novedad. Algunos ejemplos son: *Algo así como greguerías*

*gastrovitamínicas; El voluminoso estómago de Madrid; Poesía y práctica culinarias*, o, este otro que sin duda suscitará la imaginación de los lectores actuales sobre los roles de la época: *Señoritas: para casarse, aprendan a cocinar*.

A partir del número 19, publicado el 1 de febrero de 1934, la revista anuncia que la dirección técnica corre a cargo de Teodoro Bardají (precursor de la cocina moderna en España<sup>271</sup> y colaborador habitual en otras publicaciones como el semanario conservador para “todas las mujeres cristianas y patriotas”, *Ellas*, fundado en 1932 por José M<sup>a</sup> Pemán).

<sup>271</sup> Teodoro Bardají es el protagonista del libro de Eduardo Martín Mazas titulado *Teodoro Bardají, El precursor de la cocina moderna en España*. El libro fue editado en Madrid en 2008 con motivo del cincuenta aniversario de su muerte. En el legado dejado por Bardají, junto con las aportaciones de Ignacio Domènech, encontramos el pensamiento y propuesta de la cocina moderna del siglo XX.

Con el número siguiente llegará la inclusión de fotografías en color (también continúan las ilustraciones que casi siempre acompañan a las páginas que se ocupan de las bebidas) en las que se aprecia no sólo el alimento sino una cuidada presentación. Respecto al estilo o acabado final de las recetas, cabe señalar que cada una de estas fotografías trata por sí sola de instruir o educar en el gusto, en este caso, el gusto por la correcta disposición de los alimentos en bandejas y platos, por el emplatado, lo que se consigue sobre todo con la distribución de los ingredientes que conforman cada plato elaborado, o con adornos ex profeso con los que destacarlos.

*Paladar* contaba con una serie de colaboradores como el reputado y ya mencionado cocinero, Ignacio Domènech, quien cada número rubricaba la sección antes mencionada '*De mi carnet de coccinación*'. También colaboraron en ella Bautista Goñi; Doret; Abad; el famoso Pedro Chicote, encargado de amenizar las páginas de combinados y bebidas; y el doctor Loven encargado de las páginas de la sección '*Cocina y Medicina*'. La Academia Gastronómica también colaboraba con frecuencia en sus páginas confeccionando menús.





### 3.2.5.6 *Marmitón. Patriotas en la cocina*

La lucha en el fogón es posible y *Marmitón* va a ser guerra y ejército a la vez. Ésta fue una revista que desde su primer ejemplar rehuyó cualquier equiparación o aspiración por convertirse en una revista profesional. En cambio no dudó en dictaminar, con rotundidad cuasi militar, su vocación de servicio al país para alcanzar lo que denominaba “utilidad patriótica de la cocina”.



Su misión, o vocación, fue la de ejercer un patriotismo culinario consistente en la divulgación de la cultura gastronómica nacional hasta conseguir interesar a las gentes y no sólo “a las mujeres de hogar y madres de familia en todas las clases sociales, sino a los hombres de letras y de negocios”. La revista denuncia periódicamente que son “numerosos los problemas que ofrecen la despensa y la cocina española”. No se nos debe escapar la compleja situación económica por la que atraviesa el país. La misma limita las posibilidades de comercio y exportación. Durante el mes de estreno de la revista tendrá lugar en España la segunda ronda de votaciones del que saldrá ganador José María Gil Robles quien formará el denominado como gobierno radical-cedista. Comienza por tanto una nueva etapa política con un gobierno de derechas y conservador al que se suma, en lo culinario, la voz del *Marmitón*.

Completamente entregada a la causa nacional y atendiendo a la cocina, la revista *Marmitón* no considerará banal el hecho de nacionalizar la cocina. Admiradora de la obra del doctor Marañón, no dudará tampoco en acusar a los hombres que dirigieron España en el pasado, sobre el desdén que denotaron por la cocina; a su juicio, uno de los más

grandes errores cometidos en el siglo XIX, por lo que la revista aspira a recuperar terreno instalando la cocina española entre los temas de primer orden.

Tenemos dos singulares e importantes características que merecen ser destacadas. Por un lado, el patriotismo culinario, el orgullo por la cocina patria sin ambages ni disimulos por encima de cualquier otra cocina o nacionalidad. Este aspecto belicoso en los fogones no se dará en ninguna otra publicación. Para el *Marmitón* la cocina española es motivo de orgullo y merece ser colocada en lo más alto, y no duda en proclamar que hay que acabar con la errónea convicción de la inferioridad de nuestra cocina, desvaneciendo el ridículo fetichismo del “menú” francés y en francés. Lo que no deja de ser a un mismo tiempo la reivindicación de nuestro recetario y lengua por encima de lo foráneo. Como es natural, la fijación con Francia va a ser frecuente.

Por otro lado, la revista despliega la completa convicción de algo que, aún estando presente en las revistas anteriores del mismo periodo pues la cocina como hemos visto en capítulos anteriores acumula características propias y adopta los modos de cocinar de sus gentes, el *Marmitón* afirma con rotundidad, sin complejo alguno o de forma abierta, que la cocina es cultura gastronómica.

La revista sale por primera vez durante el mes de noviembre de 1933. De periodicidad mensual y subtitulada *Revista de cocina y mesa*, su precio fue de 50 céntimos por ejemplar. *Marmitón* situó su redacción y administración en la popular calle de Río Rosas, número 16, de Madrid. Y desde su lanzamiento ofreció la suscripción semestral (sólo para envíos a provincias) al precio de 3 pesetas. De vida efímera, durante su existencia no perderá ni una pizca de esa energía patriótica.



Dibujo interior, *Marmitón*.



Lo cierto es que la revista fue posible gracias a una gran labor de recopilación previa sobre más de “quinientos libros de cocina” y la revisión y selección sobre “mil fichas o papeletas”, (recetas). Cada mes la revista incluirá una compilación de menús convenientemente explicados.

Instrucción, atracción y sugestión patriótica a través de recetas, historias y cocinas, son los argumentos que se despliegan en cada página. El recetario volverá a ser un valor principal pero sin duda por encima del recetario y en cuanto a singularidad está el hecho de que la publicación de rotundo nombre y dirección, explica técnicas, productos y recetas con la convicción o la fe, como se quiera, de estar hablando casi de asuntos de Estado. La historia y la cocina, actualidades gastronómicas, consejos para la conservación de muebles y equipamiento del hogar, recetas, vinos españoles, forman parte de los temas que aborda la revista que también presta atención a la figura del cocinero incluyendo sus recetas en un apartado especial bajo el cintillo “Grandes recetas de grandes cocineros” (cada ejemplar incluirá la firma del cocinero destacado que explica la receta).

Refranero, bibliografía gastronómica (que en realidad, no es más que la reproducción de recetas rescatadas de recetarios publicados con anterioridad; del mismo se ofrecen todos los datos editoriales y técnicos), completan cada número.

Sin duda la sección “España ha enseñado a comer al mundo” es la muestra más evidente del patriotismo culinario que exhibe la revista. En la misma se explica la importancia de España sobre productos y recetas, se profundiza sobre el origen de ambas para determinar el papel de nuestro país en la elaboración o introducción en otros países. La revista aprovechará cualquier resquicio para conectar temas, recetas, países y protagonistas con España o algún español. Lanzará concursos en los que invitará a los lectores y lectoras para que envíen recetas “preferiblemente de genuina procedencia española”.

*Marmitón* incluirá también publicidad en su contraportada, páginas finales y a pie de página de artículos y recetas. Publicidad rudimentaria, estilo rótulo con filigranas a modo de caja. Y pondrá a disposición del público un consultorio técnico de cocina.

Este consultorio técnico de cocina está dividido en tres secciones: la primera de ellas contestará a todas las preguntas que lleguen a la revista sobre confección de recetas; la segunda contestará a cuestiones relacionadas con el protocolo o la etiqueta, con el orden del servicio, los modos y las modas de vajillas, cristalerías, cuberterías, etc.; la tercera contestará a cuestiones relacionadas con el protocolo o la etiqueta, es decir, resolverá dudas surgidas a raíz de la organización de comidas y cenas relevantes en las que los responsables de la casa deberán ser perfectos anfitriones.

Con respecto al público lector y a pesar de que la revista persigue interesar tanto a hombre como a mujeres, el examen realizado sobre la publicación demuestra que serán las mujeres las que con total seguridad se hicieran eco de recetas, instrucción y consejos culinarios. Así lo demuestra el contenido publicitario y las continuas alusiones a la “señora”, así como los consejos de limpieza del hogar, común en este tipo de revistas como *Paladar* o *Menaje* con las que convive, y que previsiblemente serían ejecutadas por una mujer, ya fuera propietaria o ama de casa, o, empleada de servicio.

*Marmitón* fue una revista que con toda probabilidad respondiera a la fórmula de redacción colectiva, pues el grueso de la misma responde a reproducciones de historias de productos y recetas, pero también incluye textos de actualidad culinaria sobre ferias como la de Dijon, publicada en el número dos. Salvo la mención de cocineros que suscriben recetas, y la firma de Dionisio Pérez (Post-Thebussem) que acompaña a algunos textos de recorrido histórico, o más adelante el de Rafael Fernández, el resto se reproducen sin firmar.

Entre los cocineros que ofrecen sus recetas, todas tradicionales, figuran: Cándido Collar (ex jefe de cocina de la casa de S.A. la Infanta Isabel); Atilano Granda; Félix Ibarguren quien también aparece mencionado en la revista profesional de principios de siglo, *Cocina artística y casera*; Felipe Sassone, y Rossini.

La publicación evoluciona progresivamente número a número: del dibujo pasa a la fotografía que en este mismo periodo se incluye abundantemente en otras publicaciones como *Menaje* y *Paladar*, también enfocadas o dirigidas al gran público. A los artículos se suman cancioncillas o letrillas, el consultorio ya mencionado gana lectores, la revista celebra su éxito en el número 2, la incorporación de concursos, la

reproducción de recetas regionales que sirven de homenaje a los distintos territorios siempre tratados como parte de un glorioso conjunto nacional.

En poco tiempo consigue además la adhesión de marcas que comienzan a aplicar promociones vinculadas a la venta de productos con los que ofrece, mediante la acumulación de cupones incluidos en el envase del productos, el servicio de asesoramiento o servicio culinario en el hogar de la mano de la revista.

La pista sobre la publicación concluye en el año 1934, cuando lleva tan sólo cuatro números lanzados al mercado.



### 3.2.6 Publicaciones para el profesional de la cocina

#### 3.2.6.1 *El Gorro Blanco o el profesional actualizado del nuevo siglo*

##### ***Revista Española del Arte de la Gastronomía en General, Cocina elegante y económica***

Ignacio Domènech (Manresa 1874-Barcelona 1956), alumno de Escoffier y fundador de la primera Escuela de Cocina que hubo en España como tal, fue además de cocinero, divulgador culinario y director de la revista profesional *El Gorro Blanco*. Una publicación mensual que, subtitulada *Revista Española del Arte de la Gastronomía en General, Cocina elegante y económica*, costaba 50 céntimos y ofrecía la posibilidad de suscripción anual por 6 pesetas.

*El Gorro Blanco* comenzó a editarse a principios del siglo XX, desde 1906 hasta 1946 con periodos de interrupción como los provocados por la guerra civil española. Redacción y administración se situaban en Madrid, en la calle de Mendizábal nº1. El primer número salió a la venta en 1906, concretamente el día 1 de septiembre, y desde ese primer ejemplar su enfoque fue más allá del territorio nacional y más allá de recetas y consejos útiles pues su contenido era por encima de todo culinario profesional con gran atención a la cocina francesa. Lo que no es de extrañar si tenemos en cuenta que su fundador, el cocinero Ignacio Domènech, conocía otros lugares y otras cocinas además de la patria. Sus aspiraciones de educar, crear tendencias e innovar están presentes en cada número que incluye noticias, eventos, menús antológicos, novedades propias del sector profesional, algunas -las menos- recetas para todos los gustos (y aptas para casi todos los bolsillos), así como consejos culinarios provenientes de otras cocinas y cocineros (mayoritariamente de la vecina Francia). Esa vocación divulgativa y ese matiz internacional, que son a la vez su mayor singularidad, están presentes desde las primeras páginas en las que la revista ofrece la posibilidad de ser enviada al extranjero por suscripciones de un año a un coste de 9 pesetas.

En sus orígenes la publicación llevaba incorporado un sumario que desglosaba el contenido de cada número y entre sus redactores, además del propio Domènech, se encontraban Luis Bello, Mariano de Cavia y Francisco Roig Riera que firmaba como

‘Obrero culinario’. La publicación mantuvo entre sus firmas al doctor Thebussem cuyo nombre real era Mariano Pardo de Figueroa (Medina Sidonia 1828-1918)<sup>272</sup> de cuya singular correspondencia mantenida con José de Castro y Serrano entre 1876 y 1882, y publicada con anterioridad en la revista *La Ilustración Española y Americana* (Romero, 2011:51), dio cuenta la publicación en la última página titulada ‘La Mesa Moderna’ hasta el año 1911.

Lo más destacado de *El Gorro Blanco* es que es la primera revista cuya visión de la cocina es profesional, de amplio alcance temático. Se preocupa tanto del origen como de la evolución de la cocina y lo gastronómico, observa lo acontecido o generado en otros países, y ofrece su parecer cuando no proporciona consejo. No sólo ofrece información sobre el sector hostelero, la cocina y sus recetas, sino que desde sus inicios se preocupó de informar al lector sobre las tarifas arancelarias y el coste que suponía para los productores españoles la exportación de cualquiera de sus productos. Tenía por tanto una noción amplia de lo gastronómico que incluía sus relaciones con la política y la economía, así como los pros y los contras de todas las industrias relacionadas con el sector. Apelaba a la constante formación del cocinero. Y prestaba especial atención al vino, al que recurre sucesivamente en varios números, pues consideraba que el trato arancelario que se aplica a los productores de vino español era claramente desfavorable con respecto a las que aplicaban a otros países.

*El Gorro Blanco* era una revista elevada en la que el cocinero, como profesional y principal embajador de la cocina, cobraba especial protagonismo. No obstante es una publicación que contrasta con la precaria situación social del momento en el que los



<sup>272</sup> Isabelo Herreros, *Libro de cocina de la República*. Reino de Cordelia (2011). P. 15.

españoles tratan de lidiar una compleja situación política, económica y social, y que hace pensar en el perfil de su público, el cual, probablemente, se correspondía con el de selectos lectores pudientes. “Entre 1906 y 1915, casi un millón de españoles emigraron hacia Argentina; el vagabundeo es habitual e incluso su práctica es transmitida de padres a hijos<sup>273</sup>. También debemos considerar que desde 1909, se desarrollaría la guerra contra Marruecos que concluyó en 1926 y que tantas muertes y descontento generó<sup>274</sup>”.

Aunque no podemos hablar de secciones propiamente dichas en esta pequeña revista, que no sobrepasaba en sus orígenes las treinta y cinco páginas, la información de opinión o valorativa abría siempre la publicación y se incluía en el espacio titulado *Crónica* rubricado por el director Domènech; posteriormente firmarían otros muchos colaboradores.

*Crónica* servía al tiempo de editorial para situar al lector en relación con un tema destacado que, como hemos visto, podía estar relacionado con lo político y lo económico (pues casi siempre andan juntos). Pero con frecuencia sus textos se posicionaban. Esta página atendía a otras cuestiones como la descripción de modos y resultados de otras cocinas, la explicación de determinadas dietas, o podía dar cuenta de eventos o actos sociales (de los que solía incluir el menú servido). También se ocupaba de dar a conocer a los protagonistas culinarios por diferentes motivos.

Este último aspecto o característica de la publicación entronca directamente con el auge actual de la revista gastronómica mundial en la que el chef es absoluto protagonista. En la revista de principios de siglo *El Gorro Blanco, Revista Española del Arte de la Gastronomía en general, Cocina elegante y económica* ya se incluyen fotografías y descripciones de cocinas y cocineros, de sus platos y habilidades. Tal es así que periódicamente encontramos el epígrafe ‘Los grandes maestros de la cocina’ donde aparecen M. Antonin Careme, Urban Dubois, René Anyard, Eugène Laperruque, Jean Berdou y hasta el propio Auguste Escoffier, entre los nombres más internacionales de la primera época de la revista. La aventajada revista de Domenech también incluye o presta

<sup>273</sup> Almodóvar, Miguel Ángel, *El hambre en España* (2003), Madrid. Oberon, Grupo Anaya. p. 206.

<sup>274</sup> Op. cit. p. 210.

atención al trabajo de cocineros españoles, que suelen aparecer entre sus páginas en artículos de temática específica que pueden abordar informaciones útiles para camareros y mozos de comedor, es decir, para el personal de sala.

Aunque es cierto que casi todos estos contenidos aluden a personajes y locales que en su mayoría proceden del extranjero (salvo alguna excepción como Madrid y Barcelona sobre todo, el resto tiene que ver con lo que se hace en otros países). Sin embargo, no obsta para reconocer la originalidad temática al no ceñirse exclusivamente a la descripción de recetas como podríamos suponer si observamos otras publicaciones antiguas. Lo que sin duda alguna corrobora este enfoque es que para la revista tanto cocina como profesión estaban emancipándose socialmente y a buen ritmo en otros países. Es indudable, pues, las aspiraciones de Ignacio Domènech con esta revista que no es otra que la de influir en las cocinas españolas y en sus responsables para intentar que España no quedase atrás. El mismo subtítulo, largo, explicativo y descriptivo, introduce al lector en el “arte de la gastronomía”, elevando pues la disciplina culinaria tanto profesional como culturalmente. Dicho deseo se tornó como parte de una realidad pues según avanza la publicación avanzan también los protagonistas españoles con la presencia de sus cocinas y sus cuidadas elaboraciones.

La revista era similar a un cuadernillo (medía 18 cm de ancho por 25,5 cm de alto), y como es lógico para la época, se publicaba completamente en blanco y negro – salvo las posteriores notas de color de las portadas-, con apenas ilustraciones o fotografías en sus primeros años. No obstante y a lo largo de su vida en *El Gorro Blanco* observamos como la publicación nunca estaría volcada en lo visual; salvo algún cambio de estilo y cuerpo de tipografías, que con frecuencia se ven acompañadas a modo de encabezado por ilustraciones de índole estético, la publicación mantiene su estilo por el cual es fácilmente reconocible. Aparece cada mes con la misma portada que únicamente se transforma para ser coloreada a partir de 1911. Sus páginas incluían la traducción de artículos y recetas extraídas de revistas extranjeras como *Le gourmet home Magazine* o *La Cuisine Francaise*, entre otras. Un dato que sorprende y evidencia su deseo de embeber y divulgar la cocina y la cultura gastronómica internacional dentro del territorio español.



En *El Gorro Blanco* están muy presentes la cocina y la cultura gastronómica francesas. Su influencia se debe a la propia formación de Domènech al tiempo que al avance y modernidad de la cocina francesa de la época con respecto a la española a la que, a pesar de intentar evolucionar, lucha contra la evidencia del freno económico y social de la época en nuestro país. Un muro insondable para la mayoría de la población que hace que la buena cocina, efectivamente, continúe siendo elegante o refinada además de estar profesionalmente ligada al género masculino cuando de grandes establecimientos se habla. Sin embargo, no se olvida esta publicación de incluir en buena parte de sus páginas recetario español, distinguiendo en ocasiones entre la mesa moderna, la cocina tradicional y la cocina casera. Con frecuencia solía animar a las mesas menos favorecidas de las que la mujer, aquí sí, era responsable. Una de sus voces repetidas es la que tiene que ver con la inteligencia a la hora de guisar y por eso, una firma invitada, nada menos que el Jefe de Cocina del Hotel Continental, José de los Mozos Bermejo se permitía afirmar que “la señora que sabe cocinar, si cuenta con recursos, que sin ser muchos, no sean escasos, hace que las comidas de su familia tengan algo de modestas sí, pero agradabilísimas”<sup>275</sup>.

Durante sus primeros años de vida, *El Gorro Blanco* como mejor se define en cuanto a composición es por su eclecticismo. Sin embargo, atendiendo a la temática e independientemente del título de los textos que ofrece, la revista sigue prácticamente la misma estructura de 1906 a 1910, aunque pueden variar de un número a otro los encabezados: ‘Crónica’; ‘Salsas’ con aparición irregular; ‘Recetas’ o ‘Fórmulas y Recetas’, algunas de ellas con el aviso de ‘inéditas’; el cintillo ‘Pastelería’, aparece otras veces simplemente con el nombre del postre o dulce al que se dedica toda la página (como por ejemplo ‘Puddings Calientes’ o ‘Los Postres Elegantes’); ‘Platos de cocina económica’; ‘Sopas’; ‘Licores y Refrescos’; consejos sobre consumo de alimentos o sus cualidades sin cabecera específica o indicativa; y la simpática mini sección titulada al principio ‘Quisicosas Culinarias’, más tarde ‘Gastronómicas’, una suerte de recopilación de noticias curiosas, anécdotas y consejos de cocina. La publicación concluye el número con la sección ‘Correspondencia’ en la que se da cuenta a los lectores de cualquier aviso o

---

<sup>275</sup> José de los Mozos Bermejo, Jefe de cocina del Hotel Continental en la revista *El Gorro Blanco*, nº 56 de abril de 1911.

notificación. Y, finalmente, el cierre lo encontramos cuando llegamos a la página final y sección fija firmada por el doctor Thebussem, 'La Mesa Moderna'.

*El Gorro Blanco* incluye publicidad comercial de marcas y productos, pero también se dirige al profesional de la hostelería con todo su arsenal de trabajo e indumentaria profesional. A partir de 1910 incluye igualmente una página donde explica vocabulario culinario. Progresivamente va publicando eventos gastronómicos como concursos -la propia publicación organizará el suyo-, premios y menús confeccionados para rendir homenaje a personajes relevantes.



En cualquier caso lo que más llama la atención de esta revista es el deseo de atraer al profesional. La innovación que derrocha cada página, por la que pasean informaciones, datos, recetas llamativas y curiosidades culinarias, sin duda alguna debían sorprender al tímido lector español que trataba de refrescar su cocina con las ‘modernidades’ francesas.

*El Gorro Blanco* demuestra el esfuerzo por erigirse en texto prescriptor de cocina variada y de esmerada elaboración para establecimientos sobretodo, y con menor atención para el hogar. También por educar e ir cambiando los rudimentos de la cocina española al divulgar las tendencias que se estaban instalando, o que ya estaban en pleno apogeo en otros lugares.

Ejemplos de su cocina escogida son: Cola de merluza a la Condalesa, Filetes de lenguado a la Suchet, Perdices braseadas a la Primorina, Rizotto Bellini, Ranas a la Bearnesa, *Consommé Tortue*, Conchas -ostras- Sabadellenses, Lechoncillo a la Moscovita... La lista es infinita y por ella pasean pescados y mariscos, aves nobles y caza, un gran repertorio de salsas e impresionantes postres servidos en los mejores hoteles y establecimientos del periodo. O, estos otros confeccionados para el paladar popular: Manos de cerdo asadas, Lengua de ternera braseada, Huevos a la madrileña, Pepinillos con sal, Buñuelos vieneses fríos (que tan solo requieren harina, huevos, levadura de cerveza, azúcar y un pizco de sal), o una sencillas pero jugosas Peras rellenas.

*El Gorro Blanco* fue una de las más destacadas publicaciones culinarias de principios de siglo, especializada pero con amplio espectro lector, pues consiguió el Diploma de Honor en la Exposición Culinaria de la Alimentación e Higiene de París en 1907.

Apenas dos años más tarde, en 1909 también consiguió el Gran Diploma de Medalla de Oro en el Instituto Internacional de la Alimentación de París.

Como muestra de esa visión temprana de principios de siglo y de deseos o aspiraciones de equidad y evolución culinaria, doméstica y social que la revista llevaba en sus páginas, reproduzco el artículo editorial del número 44 de *El Gorro Blanco* publicado el 1 de abril de 1910.

## Ciencia Culinaria del Porvenir

En uno de sus cuentos nos muestra Anatole France al hombre soberano de las fuerzas de la naturaleza. En este siglo se realizarán los sueños más extravagantes de los utopistas. Hay entre París y Troyes dos modelos de casa, en los cuales los servicios están encargados a la electricidad, que obedece todas las órdenes y suple la labor de una docena de criados atentos y serviciales.

En el umbral de la vivienda misteriosa, un cepillo automático limpia y abrillanta las botas del visitante, después de abrirle la puerta y ser acogido con un cordial saludo de una voz misteriosa.

A una señal del anfitrión, las lámparas se encienden; los convidados sienten en sus pies el calor de las estufas eléctricas y por un orificio situado en medio de la mesa del comedor aparece una sopera humeante que se coloca sucesivamente delante de los comensales.

Déjanse oír los acordes de una orquesta. Si hace calor levántase una agradable brisa.

El cocinero no entiende nada de esta profesión. Con palancas, conmutadores, minuterios, un solo operador puede satisfacer una multitud de necesidades culinarias.

Pone en un recipiente un pollo y se asa por medio del calor de los rayos eléctricos. Sobre una mesa giratoria se colocan todos los aparatos accesorios, las máquinas de picar carne, de batir huevos, de mondar patatas, de afilar cuchillos, de moler café. La vajilla se friega mecánicamente y se seca en treinta segundos.

Un ozonador provee a toda la casa de agua completamente libre de microbios.

Un calentador templará la cama, y hay timbres que velan por la seguridad de las personas. Al despertar, moviendo una palanca, se abren las persianas. En seguida aparecen el chocolate y los periódicos en la mesa de noche. No se ve un criado por parte alguna.

Por ahora, desgraciadamente, no llegan esos beneficios de la ciencia a las clases pobres. Es éste un privilegio de los millonarios; pero todo se andará y algún día será patrimonio de los pobres como de los ricos.

La energía humana necesita reservarse para aquello á que está dedicada. Un literato no tendrá que ocupar su tiempo más que en sus obras, un físico en sus aparatos, un químico en sus retortas.

¿Utopía? Nada de eso. No es necesario ser un profeta para percibir en la azulada chispa de una dínamo toda una visión de la ciudad futura.

¡Y quién sabe si otra fuerza más sutil que la eléctrica vendrá á simplificar los problemas mecánicos de la vida!

En el texto anterior con gran optimismo se aprecian los ecos de las evoluciones tecnológicas alcanzadas, de otras evoluciones imposibles y de aquellas que vendrán. Las creaciones de principios de siglo están en ebullición. El propio Domènech fue el encargado de promocionar durante años el cambio de cocinas de carbón por la novedosa cocina a gas, motivo por el cual la publicación contiene abundante publicidad al respecto.

Lo cierto es que la palabra ciencia vinculada a la cocina es bastante habitual en el interior de la revista, dato que nos sirve para detectar tanto el cambio real del mundo culinario como la apuesta por su evolución. De este futuro que parece brotar con tan solo pronunciar la palabra ciencia, algo nos resulta ahora tremendamente familiar, algunos de sus aspectos aplicados a la tecnología y la cocina están más que asimilados e instalados en nuestra moderna sociedad como la electricidad o el lavavajillas; o esa conexión entre ciencia y cocina tan presente en estos días. Otros en cambio continúan siendo anhelos de buena parte de la sociedad mundial como por ejemplo la penosa relación entre alimento-clase-bienestar que aún hoy no conseguimos anular.

En 1919 la publicación publica en *Crónica* un reportaje sobre establecimientos londinenses, que estando a la última, capturan la atención de todo visitante. Se queja la revista de que en España aunque no parezca difícil importar el modelo, hay otras cosas que atender (“las autoridades municipales deberían preocuparse seriamente de la tragedia de la clase media”).

El hecho de que la pobreza sea tenida en cuenta junto con la desigualdad social contribuye de nuevo a repensar el proyecto editorial de Ignacio Domènech en el cual tenían cabida tanto el profesional como el ama de casa (aunque en menor medida); tanto la cocina como lo económico-político-social que le afecta. *El Gorro Blanco* abordaba todo tipo de temáticas desde su primer año de publicación hasta su completa desaparición, tomando como referencia y absoluto hilo conductor lo gastronómico y culinario, materia en la que también cabían críticas, pero la publicación siempre demostró devoción y respeto por la cocina que observaba continuamente con esperanza, ilusión y mucho futuro.

Cada número sorprendía al incluir recetas de cocina oriental, o explicaciones sobre la existencia de pueblos “insectívoros”, incluso ofrecer un menú vegetariano extraído de la revista sueca *Vegetarieren*; publicar dos páginas dedicadas por entero a la cocina criolla, o incluir la transcripción de un ‘Banquete Napoleónico’ aparecido en la revista de Buenos Aires, *El Gastrónomo*. Y es que, como se ha dicho, la cocina de otros lugares ocupaba un lugar destacado en estas páginas, lo que señala el interés que despertaba en los lectores las cuestiones del comer de otros países. Es una característica común que encontramos sucesivamente mientras seguimos la ruta que abrió la revista con artículos dedicados a las cocinas rusa, filipina, austriaca, alemana, también chilena o boliviana, por poner sólo algunos ejemplos.

A partir de 1911 la portada que ha permanecido invariable desde sus orígenes se coloreará y la revista se hará algo más gráfica, pero seguirá la misma irregularidad al presentar cada uno de los temas. Con el número 55 de marzo de 1911 desaparece la última entrega de ‘La Mesa Moderna’ del doctor Thebussem.

La pista de esta publicación se pierde tras 1919. Reaparece en 1945 con el subtítulo *Revista Profesional de Cocina*, con un formato menor y con distinta imagen para las portadas (aunque son variadas, éstas pueden repetirse en números posteriores).

La de 1945 es una revista bastante menos divertida, también menos original. Dirigida por Juan Cababé, abre con la sección titulada ‘Consideraciones Profesionales sobre Gastronomía’ que hace las veces de presentación o editorial a la que siguen las páginas dedicadas a los combinados, una recopilación de recetas y la actualidad sobre la industria gastronómica. La revista incluye algunas fotografías e ilustraciones a color, y recupera una mini sección dedicada al humorismo culinario. El cine tiene una breve aparición a través de actores y actrices, y se reserva un espacio para la información musical. La última página incluye un índice.

Lo más relevante aparte de la pérdida de autenticidad, es que la revista ya no se gestiona en Madrid, sino en Barcelona por V. Sociats, empresa dedicada a la venta de artículos de cocina y uso doméstico que también avalará la popular revista catalana *Menage. El Gorro Blanco*, antes centrada y especializada, con la nueva dirección apenas

conserva la esencia de sus orígenes, aquellos que le dieron vida y que fueron al tiempo los valores de su fundador.





### 3.2.6.2 La cocina artística y casera. Manual periódico del obrero culinario

Con el objetivo de dignificar a los profesionales de la cocina española, el 20 de marzo de 1917 sale por primera vez a la venta la revista ilustrada *Cocina artística y casera*, revista impresa por Gráficas Excelsior (C/ Campomanes, número 6, Madrid). Editada por Pascual La Rosa Angelina<sup>276</sup> sus 16 páginas traslucen la humildad de un profesional que se introduce en el ámbito de las letras bajo la voluntad de encauzar el arte culinario por los derroteros normales de esta honrada profesión. Su responsable reconoce en el primer ejemplar, en un texto breve a modo de editorial, la falta de experiencia periodística con la nace la revista que por lo demás aspira únicamente a divulgar y defender la cocina, “arte” para este novato editor que asegura anda “olvidado precisamente por los que a su sombra vivimos y con el que nos ganamos el sustento”.

A este respecto y en relación con el arte de la cocina, el término pasea con holgura sobre todo en los primeros ejemplares, en los que se percibe la necesidad de justificación, a través de esta palabra, del reconocimiento sobre el resultado del trabajo del cocinero y su equipo, en caso de tenerlo.

*Cocina artística y casera* sitúa su redacción en la calle Nuncio, número 3 de Madrid. Además de artículos en los que se despliega todo el saber de la cocina española, la revista contará con dibujos, ilustraciones y fotograbados que concuerdan con la modernidad editorial propia del periodo. Su vida fue efímera pero su proyecto merece ser destacado pues a pesar de su pretendida humildad y ajena por completo al engranaje periodístico, consigue hacerse durante el periodo de vigencia de la publicación, un hueco



<sup>276</sup> En la revista también firmará Tomás La Rosa Angelina.

en la prensa. A la misma se dirige en el primer número, para saludar. A la misma pide permiso por lo que podríamos interpretar como intrusión. Entre respeto y vergüenza Pascual La Rosa Angelina solicita su bendición: “Cocina artística y casera, sale a al luz después de grandes sacrificios. Sin dotes intelectuales, pero con una voluntad muy grande, pongo en marcha esta revista que si no viene al mundo de la prensa profesional a llenar ningún vacío, pretende encauzar el arte culinario por los derroteros normales de esta honrada profesión”<sup>277</sup>.



Esta imagen de Enrique Guerra, jefe de cocina, sirve como ejemplo del tipo de fotograbados que se incluían en la publicación. No más de dos por ejemplar.

La aspiración de la revista, de periodicidad mensual, será alcanzar al mayor número de público posible dentro del sector profesional. Es una revista hecha por un especialista culinario y no por un escritor o periodista. Y esa dirección es al menos la labor que se fija y que explica el cocinero en este primer editorial.

Sin embargo, sus contenidos la convertirán en una publicación apta para un público más amplio en cuanto a tipos de lectores pues entre sus páginas albergará contenidos útiles tanto para los hogares más modestos como para las clases medias y la aristocracia que busquen ampliar el recetario particular, pues, nutre estos contenidos, el recetario va a ser uno de sus principales valores, el otro, la cruzada por el reconocimiento de la profesión. La revista también pretende convertirse “andado el tiempo”<sup>278</sup> en un “verdadero manual de cocina”<sup>279</sup>.

<sup>277</sup> Revista *Cocina artística y casera*, número 1, marzo de 1917, p. 5.

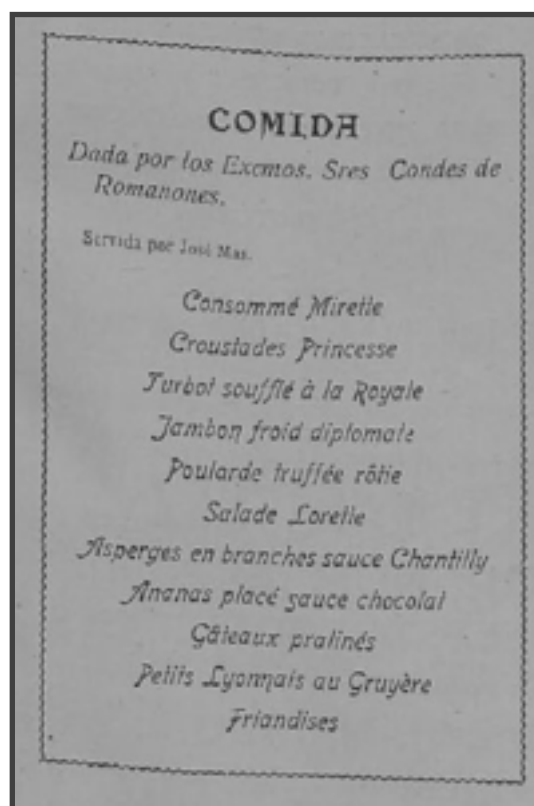
<sup>278</sup> Ibid.

<sup>279</sup> Ibid.

Modesta pero completa, así fue *Cocina artística y casera*, revista también de actualidad culinaria a través de la reproducción de menús servidos en almuerzos, fiestas, comidas o banquetes destacados de la alta sociedad madrileña. Por sus páginas pasean los nombres de los hoteles y restaurantes más selectos; son artículos en los que ya se destaca el nombre del cocinero, dotándole así de un protagonismo ajeno a los circuitos profesionales propios. Ofrece así la actualización necesaria sobre el sector, al que es posible acercarse número tras número para comprobar estilos y evolución de la alta cocina nacional.

Al estilo de *El Gorro Blanco*, *Cocina artística y casera* adopta idéntico objetivo al visibilizar la figura del cocinero, al que pone en conocimiento de un público más general dado que la revista es accesible y publica en su mayoría recetas aptas también para comidas del hogar. De ahí que estemos ante una publicación más profesional que general, pero de innegable utilidad en hogares de todo tipo. En este sentido su sencillez la hacen todavía más afín o coincidente en este sentido que por ejemplo *El Gorro Blanco*.

La revista se compone de unas páginas preliminares que evolucionarán temáticamente y una única sección definida bajo el título “Nutrición, cocina y arte” a la que sigue el recetario. El mismo sirve para componer varios menús, intercalando o componiendo con libertad las propuestas. Entre las recetas se destacan mediante ilustraciones algunos de los platos, reproducidos la mayoría en blanco y negro, los lujosos, complejos, especiales o llamativos, irán a color. Tras las recetas, imágenes de cocineros relevantes, y, las aclaraciones oportunas con respecto a erratas producidas en números anteriores o aclaraciones extra sobre algún texto del número actual. Como



Ejemplo de reproducción de “nota” menú.

La revista publicará el menú de eventos aristocráticos e incluirá el nombre del chef responsable. En este caso, José Mas.

vemos una composición sencilla que responde a esa aspiración de configurar, con cada ejemplar, un manual de cocina.

El precio de cada ejemplar suelto era de 0,50 céntimos. La suscripción se ofrecía en dos modalidades: semestral al precio de 3 pesetas y anual a 6 pesetas. Existía la posibilidad de suscripción desde el extranjero por un periodo de seis meses o un año al precio de 4,50 y 9 pesetas, respectivamente.

Durante los tres primeros ejemplares mantiene la redacción casi en su totalidad el propio editor. Con el número dos se amplía el espectro de los contenidos iniciales y si en el primer ejemplar, las primeras páginas se dedican a “pedir permiso” y “saludar”, en este segundo número, se dedica a agradecer la buena acogida.

“A todos debo gratitud: Prensa<sup>280</sup>, público y compañeros; sería indigno de mí si no lo hiciera público; la realidad ha superado a mis mayores esperanzas; toda la Prensa ha dedicado un espacio en su periódico para responder a mi salutación; el público ha comprado la Revista, y mis compañeros de Madrid y provincias me mandan felicitaciones y palabras de aliento; [...]”. *Cocina artística y casera*, nº 2, abril de 1917.

Y también a divulgar los contenidos de la junta general celebrada el 23 de marzo de ese año por parte de la Sociedad Unión del Arte Culinario<sup>281</sup>. A la revista se dirigirán con frecuencia compañero de cocina que enviarán recetas, y es en este espacio donde en algunos de los ejemplares se agradecen las aportaciones.

Con la aparición del número seis, aparecen los cuentos de cocina, al objeto de incluir contenidos que amenicen la lectura que por lo demás tampoco es de corte técnico.

A partir del número 9, *Cocina artística y casera*, incluye un sumario donde se desglosan los contenidos que como he explicado son básicamente recetas.

Destaca también la aportación de compañeros con la distribución del trabajo de cocina, en alguno de sus números.

<sup>280</sup> Durante el periodo de vida de la publicación la palabra Prensa y Revista vendrán siempre escrita con mayúscula; además de servir para aglutinar el colectivo, desde mi punto de vista es una muestra del respeto hacia el sector que prodiga el profesional culinario responsable de la revista.

<sup>281</sup> Revista *Cocina artística y casera*, número 2, abril de 1917, p. 5.

Los cocineros del periodo que la revista destaca mediante imágenes, bien por su trayectoria, bien por la aportación de recetas, a lo largo de sus 11 números<sup>282</sup> son: Enrique Guerra, Manuel García Cordones, Antonio Ruiz, Félix Ibarguren (“decano de los cocineros donostiarras”), Domingo Vázquez, Félix Canales, Ramón Villanueva, Agustín Sánchez Conesa, Silvino Herrera, Enrique Álvarez, Máximo Bourdette, Felipe Méndez, Cristobal Montesinos, A. Bermúdez, Vicente Bazo, José Soler y Costa, además de una mención escrita y específica para Ignacio Domenech, en el número 4 de la revista al objeto de agradecer el envío de un ejemplar del cocinero catalán a la redacción.

Preocupada no sólo por la cocina, y los cocineros, sino también por sus familias, no será extraño encontrar en este periodo llamamientos a la solidaridad ante accidentes o situaciones extremas. Así, la revista del mes de junio, destacará el anuncio publicado a su vez por la importante asociación profesional *Unión del Arte Culinario* (órgano presidido por Antonio Ruiz, en la que se aglutinaban los profesionales y “obreros” del oficio de cocinar). La asociación abrió una suscripción para recaudar dinero destinado a aliviar la situación de la viuda de un cocinero, caído -según deduzco- víctima del hundimiento del vapor Triana donde ejercía su profesión (son varios los conflictos que permanecen ahora en ebullición, tanto internacionales como nacionales). Cocina artística y casera, aportará dinero y animará al lector a contribuir a la causa<sup>283</sup>.

Retrospectivamente, *Cocina artística y casera* aparece ante nuestros ojos como un tesoro digno de la más exquisita gastrohemeroteca, pues concilia, a pesar de su desconocimiento por la profesión periodística de su autor, contenidos, ilustraciones, periodicidad constante y comprometida, además de suscripción y publicidad. Fiel a su estructura únicamente amplió contenidos con la inclusión de algunos cuentos y la incorporación de un sumario. La organización y presentación de contenidos; los pequeños pero elegantes toques de color en la impresión; el empeño en transmitir la necesidad de reconocer y dignificar al profesional de la cocina; el recetario y sus

---

<sup>282</sup> La interrupción y desaparición del revista resulta imprevista. El último ejemplar no especifica ni incluye despedida alguna. Todo parece indicar a continuidad de la publicación que por lo demás, dentro de su tipología y características, ha ido perfeccionándose y parece contar con el beneplácito del público –profesional y de calle-. En la ficha de la BNE se indica expresamente “el último número de la colección se publica el 20 de enero de 1918”.

<sup>283</sup> Revista *Cocina artística y casera*, número 4, junio de 1917.

explicaciones; la preocupación por la nutrición (no sólo el sabor o presentación de la comida, sino la necesidad de su valor nutricional); y, el detalle sobre la agrupación final de publicidades insertas de tal modo que no interrumpen la misión de la revista, la convierten, a pesar de su sencillez, en una de las publicaciones más esmeradas de cuanto conforman el análisis de este primer periodo dedicado a las publicaciones del primer tercio del siglo XX.

### 3.2.7 Revistas coleccionables. La publicación culinaria por entregas

El fascículo forma parte de una obra de cuerpo mayor, pero tiene en su cualidad de venta periódica y en su formato, similitudes con la revista. Aunque su principal diferencia se halla en la distribución y organización de contenidos (los mismos responden a una obra mayor y por tanto su estructura es diferente, así como lo son su diseño interno), en lo que al tema central de esta tesis concierne, merece la pena dedicar unas páginas a este tipo de publicaciones.

En las mismas, una vez consultadas varios ejemplares, se encuentran dos enciclopedias por entregas que son especialmente dignas de mención por cuanto contextualizan la temática, son la prueba física de la existencia y demuestran el interés por las revistas coleccionables de cocina. También ayudan a realizar una lectura paralela sobre sus diferentes públicos, a los que se les pone cara, intelecto y formación, contribuyendo así a perfilar algunas de las características de la sociedad española con la que convivieron. Datos que se deducen tras la lectura de sus textos a través del tono y del lenguaje empleado, del estilo de redacción y de los otros temas colaterales insertados entre recetas específicamente pensados para la mujer. Merecen como digo un epígrafe particular porque forman parte de este hilo conductor con el que estoy dibujando la construcción en nuestro país de un género de revista especializada en gastronomía. Un tipo de publicación cuyos antecedentes se encuentran también este tipo de publicación. Entre unas y otras la cocina y sus lectores evolucionaron.





### 3.2.7.1 *La perfecta cocinera*

*La perfecta cocinera* es el primero de los dos ejemplos de publicación por entregas, del tipo coleccionables, que merece ser mencionado por cuanto aparece periódicamente en el quiosco y ayuda a contextualizar el periodo social así como la evolución y labor editorial de la temática culinaria, sus posibles enfoques y avances técnicos.

Su rudimentario aspecto, propio del periodo, no impide que las propuestas culinarias en sí, su redacción y organización, supongan en cierto modo un antecedente de la revista culinaria posterior.

En la investigación llevada a cabo en la Biblioteca Nacional se encuentra un volumen encuadernado en el que se aglutinan -con alguna ausencia- las dos entregas que formaron la colección de menús que comprendía *La perfecta cocinera. Enciclopedia de la cocina práctica, familiar y económica*. La ficha de catalogación asignada por la Biblioteca Nacional indica el año 1920 como año de lanzamiento del que sería su primer fascículo, pero desconoce tanto la periodicidad como el fin o cese de la misma.

De los datos extraídos de mi investigación y con la aportación de los datos extraídos de un ejemplar completo de la obra -el número 3- que pertenece a mi colección particular, se deduce que, en su conjunto, la obra original en su totalidad estaba formada por 42 ejemplares o revistas periódicas. Un total de 672 páginas de recetas y consejos, que el coleccionista mandaba encuadernar y que le eran devueltos en dos volúmenes independientes; dos tomos que recopilarían, cada uno de ellos, los 42 cuadernillos que la editorial puso en circulación durante dos años, a razón de 21 cuadernillos o fascículos por año. Cada cuadernillo contaba con un total de 16 páginas -es decir, que el número de páginas de cada tomo completo ascendía a 336 páginas-. Asimismo, la entrega de cada cuadernillo fue quincenal, dos entregas cada mes, como puede comprobarse de la información extraída de la contraportada de la entrega del coleccionable número tres. En la misma se detallan el precio y las posibilidades de suscripción así como la periodicidad.

Este asunto no es menor dada la confusión que reinaba, hasta ahora, sobre *La perfecta cocinera*, sobre su año de lanzamiento, vigencia y periodicidad. La propia Biblioteca Nacional omite este dato relativo a la periodicidad, señalando únicamente lo que es a todas luces previsible: “publicación por entregas”. Con los datos incluidos en este subcapítulo se confirman definitivamente las características de periodicidad, extensión, precio y periodo de venta vigente de la obra –duración de la misma–.



*La perfecta cocinera. Enciclopedia de la cocina familiar, nº 3, 1920. Editorial Páez.*

Colección personal Nuria Blanco Hernández.

*La perfecta cocinera* se corresponde con ese tipo de publicaciones especialmente diseñada para la mujer, y como tal lo indica en su portada; este aspecto o cualidad de género lo veremos más adelante de forma pormenorizada pues el mismo ofrece el estereotipo sobre la concepción del género que caracteriza toda una época.

La publicación estuvo editada por la Editorial Páez (C/ Ecija, 6) de Madrid, hasta el año 1922. Cada ejemplar o cuadernillo se vendió al precio de 0,30 céntimos. La publicación aparece en el año 1920 y en total alumbra nada menos que 325 menús que se ofrecían al lector encuadernados tras haber coleccionado cada ejemplar mediante entregas quincenales en el quiosco. Cada uno de los volúmenes encuadernado ascendía, una vez encuadernado, a 7,50 pesetas. Los editores también ofrecían la posibilidad de suscripción; las condiciones eran de tres entregas por el precio de una peseta, y con entrega en el domicilio.

1920, año de lanzamiento, es un año de elecciones generales en España, elecciones en las que la participación todavía era exclusiva para el voto masculino; de la misma saldría elegido el líder del Partido Conservador, Eduardo Dato e Iradier. A pesar de que habrían surgido iniciativas durante la Dictadura de Primo de Rivera, habría que esperar once años más para que la mujer española, con el advenimiento de la II República y la redacción de un nuevo texto constitucional, la redacción de la Constitución de la República Española de 1931, pudiera tener reconocido con carácter universal su derecho al voto. Un voto que ejerció, por primera vez en 1933, precisamente el año en que la revista *Paladar* ve la luz.

Estamos ante la prácticamente ausencia de revistas de cocina periódicas durante el periodo de vida de esta enciclopedia salvo por *El Gorro Blanco* que, no obstante, estaría enfocada al cocinero profesional y no al ama de casa. De tal modo que parte del mercado editorial dedicado a la cocina de estos años está protagonizado por la venta de cuadernillos coleccionables de cocina cuya característica principal es la divulgación culinaria femenina, -primeros veinte años del siglo XX-. Habrá que esperar hasta la década de los años treinta del mismo siglo para encontrar revistas históricas como las ya mencionadas *Paladar* y *Menage*. Como se ha explicado con anterioridad, estas dos publicaciones añadirán algunas características sensitivas, intelectuales y

formativas más allá de la temática del hogar, en torno a la alimentación y la seguridad de los alimentos, así como sobre sus propiedades y conexiones de ámbito cultural y social, es decir, una miscelánea de información o contenido de carácter gastronómico, además del recetario y la confección de menús, útiles o fácilmente reproducibles, que ayudasen a mantener una buena economía doméstica. De ahí que se haya insistido en esta tesis en el término híbrido para su catalogación.

Es esta enciclopedia concreta, *La perfecta cocinera*, la que supone un material ejemplar con el que poder sostener la afirmación en cuanto a la filiación obligada en el terreno social y la simpleza intelectual y laboral en la que queda sumida la mujer, en sentido general, en una época con preponderancia y preeminencia masculina en cualquier ámbito social, cualquier terreno visible o exterior. Nos sirve por tanto para hacernos una idea del perfil de lectoras de estos años.

No estamos ante ningún tipo de descubrimiento particular, y de hecho, dichas notas de sociedad patriarcal, en parte han aflorado en las dos revistas anteriormente mencionadas, *Paladar* y *Menaje*, aunque el tiempo transcurrido entre el grupo formado por estas dos publicaciones posteriores a la fecha de edición de *La perfecta cocinera*, dejan a esta última como fiel representante del papel o condición de la mujer de principios de siglo. Es un claro ejemplo del papel de la mujer, de su estatus en cuanto atribución de tareas sociales determinada por una clara división sexual del trabajo y función en el hogar.

Este papel asumido o perfectamente instalado, aparece publicitado y amplificado por la publicación, para la cual la cocina es una tarea eminentemente femenina y se ciñe, o bien al ámbito interno del hogar, o al trabajo propio del “servicio”. Sin embargo, ya hay nombres de cocineros para los cuales la cocina se ejerce en el espacio público, los mismos son editores de libros y de publicaciones, se han formado incluso en el extranjero. Es el caso de Ignacio Doménech, por ejemplo, que cuenta con el reconocimiento del público cuando no con espacios radiofónicos a través de los cuales dirige la cocina de la mujer.

Es en la portada de *La perfecta cocinera* donde pueden leerse varios destacados -situados en ambos lados del cuadernillo, tanto en la parte superior como en la inferior.

Ninguno de ellos dejará indiferente al lector de esta tesis doctoral. En la parte superior encontramos: “Señoras, adquiriendo este libro, ahorrará dinero, tendrá contento a su marido y será celebrada por sus amistades” y “Cocineras, adquiriendo este libro, ganará más sueldo, tendrá satisfechos a sus amos y será felicitada por los convidados”. O, “Los mejores compañeros y compañeras colaboran en este libro. Todas las recetas han sido elaboradas y probadas antes”, y, “Este libro es el más práctico de todos los conocidos. El más moderno. El más económico. El más completo”, estas últimas frases quedan situadas en la parte inferior de la publicación.

Las dos primeras frases contribuyen a asentar socialmente la que durante años ha sido función principal de la mujer, parte de lo que se espera de su condición; evidencian y contribuyen a perpetuar un sentimiento de dedicación y perfección como una exigencia inherente al sexo femenino, así como la necesidad de aprobación por parte de terceras personas, aprobación o rechazo de cada acción realizada por una mujer. Ahorrar dinero, tener contento al marido y recibir el reconocimiento de invitados parecen ser las preocupaciones de la correcta ama de casa, lectora de la publicación. Si esa ama de casa tiene la desgracia de ser también empleada por cuenta ajena, una especie de doble ama de casa o ama de casa al cuadrado -hemos de suponer que realizaba un doble esfuerzo en casa ajena por la que recibía salario, además de en su propia casa-, entonces, las preocupaciones serán: 1) el sueldo -de nuevo sale a relucir el dinero que tanta dependencia ha generado en la mujer, detonante decisivo para su emancipación-; 2) la satisfacción de los “amos” que no “empleadores” -queda clara la sumisión del personal contratado-; y 3) de nuevo, el reconocimiento social.

Las dos frases inferiores son el reclamo y la síntesis sobre el contenido ofertado junto al eslogan de contraportada: “La perfecta cocinera será el monumento más grande del arte culinario”, que como vemos, están centrado en la ejecución o práctica de la cocina.

Ya en sus páginas interiores, además de menús completos, explicados y cuantificados en lo monetario -cada receta incluye un pequeño listado a modo de lista de la compra en el que se especifica tanto el coste de los ingredientes, como el importe total que supone la ejecución de la receta-, se explica que *La perfecta cocinera* es una

enciclopedia sobre todo lo que tiene que saber el ama de casa, “será indispensable para toda señora que desee aspirar a ser una futura ama de casa, modelo de administradora económica, de sabia conocedora de la dirección de un hogar en sus múltiples aspectos y de experta cocinera. [...]”.

En cuanto a las características propias de la cocina que propone la revista, en el volumen uno predominan, a tenor del índice final de recetas, los postres, pescados, carnes (por orden de importancia aves, vaca y buey agrupados, cerdo, carnero, cordero, ternera, caza, y casquería -con predominio de hígado y lengua de vaca, y algo de sesos-) en apartados independientes, verduras, sopas, huevos, patatas y mariscos.

En el apartado que la revista denomina “Varios”, incluido en este mismo índice, abundan fritos y ensaladas especiales así como algún plato exótico o de importación como las ancas de rana. El volumen número dos ofrece casi idéntica estructura.

La rudeza tipográfica, la disposición estática a dos columnas, y la reproducción de recetas responden al tipo de diseño propio y rudimentario del periodo. No contiene ilustraciones ni gráficos, y sí publicidad a pie de página -de tipo rótulo informativo-; e incluye en cada número unos textos algo más elaborados en cuanto a estilo de redacción sobre consejos prácticos culinarios no exento de retrancas de índole político-regional que no hacen sino evidenciar las asperezas de los españoles.

Asimismo las recetas aparecen ligeramente contextualizadas mediante expresiones o datos tópicos, por otro lado nada extraordinarios (como por ejemplo ocurre en la receta de la paella valenciana, “uno de los platos más conocidos en España y fuera de ella”). Es, en definitiva, un cuadernillo de recetas sin mayores pretensiones que los de la divulgación culinaria.

### 3.2.7.2 *Paladar. Enciclopedia del buen comer* <sup>284</sup>

El segundo ejemplo de publicación periódica coleccionable como variante comercial de revista culinaria de mediados del siglo XX que analizaré se llamaba *Paladar. Enciclopedia del buen comer*, serie coleccionable que se publicó por primera vez en 1964.

Es significativo comprobar el que podría considerarse, a tenor de mi investigación, el más que posible antecedente o paso previo inmediatamente anterior a la publicación de la que consideraré nueva revista de cocina en una España que quiere modernizarse. Una publicación con algo más de contenido, algo que apunta también hacia el concepto que hoy tenemos de revista gastronómica, de ahí que le debamos prestar atención.

Esta enciclopedia representa el salto evolutivo en cuanto a diseño y tratamiento editorial, lo que nos llevaría a hablar con propiedad del antecedente de la revista de cocina moderna o contemporánea que, aunque no se estudia aquí en profundidad se fija, a raíz de la recopilación total de cabeceras realizada, con la publicación *Cocina y Hogar* (1963), a la que seguirá *Telva, cocina fácil* (1982) y, más tarde, la revista *Con las manos en la masa* (1984), basada en el programa de igual nombre presentado por Elena Santonja.

El hecho de que a partir de 1964, se editen una serie de fascículos coleccionables de cocina destinados de nuevo al ama de casa, en el que tanto la redacción como el detallado paso a paso de las recetas y técnicas, la inclusión de abundantes imágenes gráficas –de calidad y organizadas en cuanto a composición se refiere-, supone un avance sustancial, en este tipo de publicaciones interrumpidas durante el conflicto civil español y los años posteriores -vistos quedan el caso de *La perfecta cocinera* –coleccionable- y de *Paladar* -revista-, ambas con posibilidades de encuadernación, pero vendida la primera como fragmento de una obra mayor, y la segunda como revista independiente durante el primer tercio del siglo XX.

*Paladar. Enciclopedia del buen comer* se editó por Codex S. A. en España, una empresa nacida en Argentina en 1944 que también estableció empresas asociadas en

---

<sup>284</sup> La inclusión de dicha fecha como año de finalización de la publicación está basada en el calendario a partir de los datos extraídos de la investigación –número de fascículos y número de volúmenes máximo encontrado para la edición española-.



otros países de habla hispana como Colombia, Costa Rica, Chile, El Salvador, Guatemala, México, Honduras, Panamá, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

El precio unitario, es decir, el precio de cada fascículo de esta publicación en España era de 25 pesetas; aunque también podía adquirirse mensualmente o por suscripción de un año por un total de 300 pesetas realizado en un único pago mediante cheque o giro postal.

La suscripción anual -12 números por año más un número extra de navidad al precio de 50 pesetas- garantizaba “la puntual y cómoda recepción de paladar en su propia casa y los beneficios de inscripción gratuita en el ‘Club del Buen Comer’”<sup>285</sup> que “brindará sugestivas e interesantes ideas”<sup>286</sup> al ama de casa.

Esta revista-fascículo, cuyo primer número aparecería a la venta probablemente en diciembre de 1963 o en enero de 1964<sup>287</sup>, formaba parte de una serie coleccionable cuya adquisición culminaba con el encuadernado de cada uno de los fascículos. Un total de 8 volúmenes daban lugar a una enciclopedia culinaria completa para el hogar. El interés de esta publicación aquí es doble y por eso se incluye en estas páginas dedicadas a la revista, pues como ya he señalado, por un lado viene a demostrar la vigencia temática de la cocina como preocupación en la vida de los españoles, más allá de la función nutricional, es decir, bien como ocio, afición o perfección y aspiración propia por

---

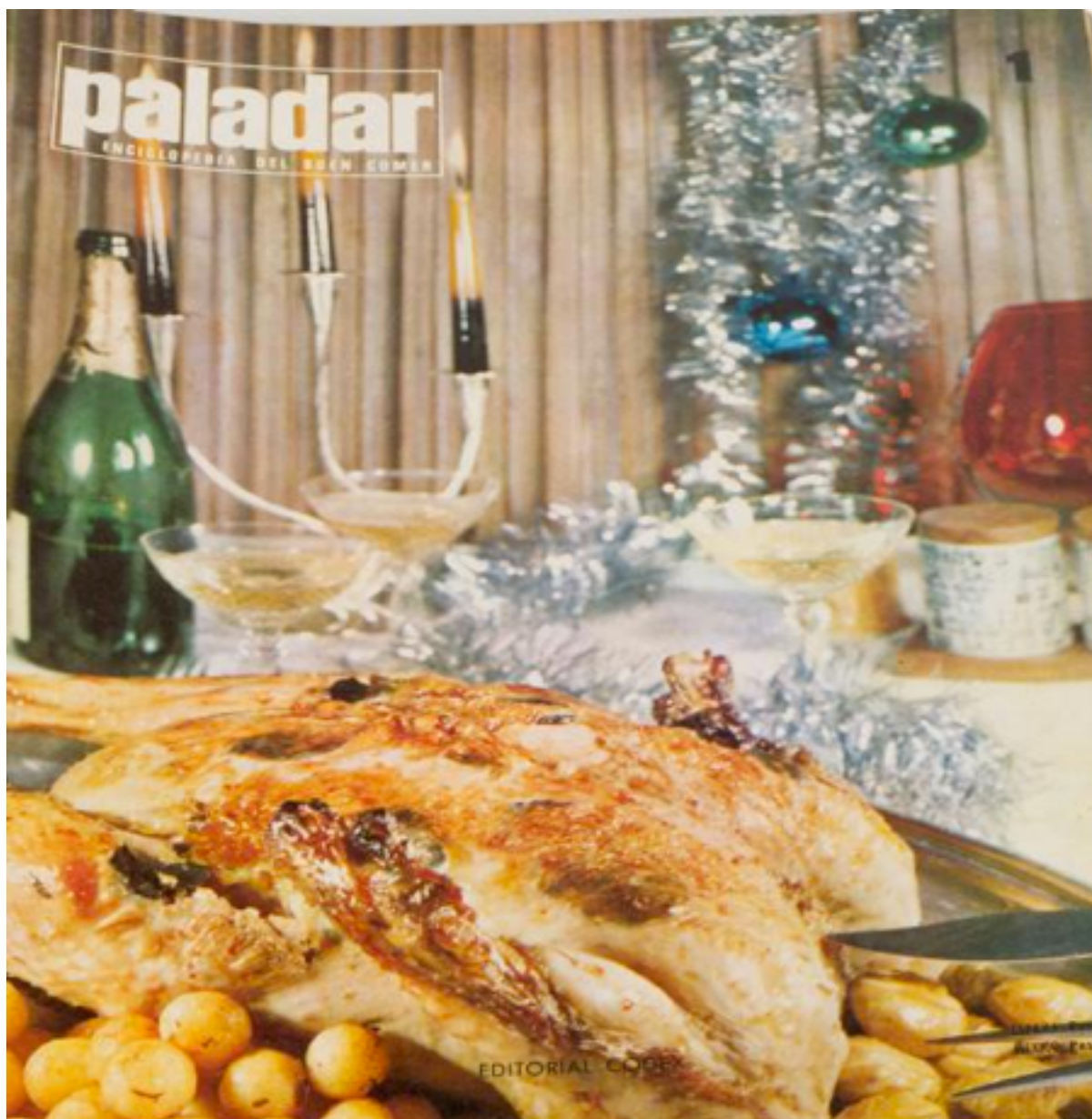
<sup>285</sup> Encarte incluido en el Vol. 1 de *Paladar. Enciclopedia del buen comer*, fascículo 1, entre pp. 22 y 23, 1964.

<sup>286</sup> Ibid.

<sup>287</sup> La fecha exacta de inicio de la publicación no consta en el interior de los ejemplares encuadernados de la BNE, tampoco en el exterior o portadas, en las que sí aparece un sello de tinta azul en el primer número que indica 26 de enero de 1965. La fecha oficial admitida por la BNE a la hora de su catalogación es la de 1964. Sin embargo, el sello azul de la BNE –que por lo general indica en estos casos la fecha de la edición- podría hacer referencia a la entrada física del ejemplar en la propia biblioteca para su archivo, dado que la portada de ese primer número contiene motivos navideños (espumillón, champán, velas y un asado de pavo relleno con trufas). Siguiendo la lógica de promoción y adhesión de lectores es de suponer que la editorial aprovechara el tirón navideño para sacar a la venta este primer fascículo y anunciar así la enciclopedia. Mientras del estudio de las portadas 1 a 3 se detecta la inclusión manuscrita a lápiz de 1964, el número 4, contiene un sello de portada que remite al 1 de abril de 1965. De igual modo en los números 5 a 9 aparece un “64”, con lo que parece probable sostener la hipótesis sobre la publicación del primer ejemplar el mes de diciembre del 1963 o el de enero del 1964. Además, atendiendo a las portadas si damos por cierto esta hipótesis -diciembre o enero-, resultaría lógico que el número 7 llevase en su portada frutas y zumos, y el 8 helados y sorbetes, ambas portadas con productos o recetas propias del periodo estival. Por lo que contabilizando entregas la colección finalizaría en 1972.



aprender a cocinar aplicando ciertas técnicas, creciendo así con la cocina; por otro, también subraya el hecho de una cuidada edición: la profusión y calidad de sus imágenes así como su organización interna son la evidencia del avance del sector editorial en nuestro país, y, quizás, los futuros editores de revistas de cocina y gastronomía hallasen en esta enciclopedia parte del empuje o inspiración posterior, sobre todo el de las primeras cabeceras de cocina, dado que fotografía y exposición culinaria contempla bastantes similitudes, lo que haría de *Paladar* la publicación que asienta la nueva estética.



Portada del primer fascículo de la enciclopedia culinaria *Paladar*, 1964.

*Paladar. Enciclopedia del buen comer* forma parte como explico de las clasificadas como revistas coleccionables. Un fascículo o cuaderno impreso de periodicidad mensual, de adquisición periódica, cuya finalidad es la compilación progresiva del material que formará un conjunto de volúmenes encuadernados dando lugar así a la enciclopedia. Una especie de venta a plazos periodística de entrega periódica.

La empresa editora insiste en que el lector debe comprar cada fascículo pensando en un libro, es decir, que si cuando se adquiere el fascículo correspondiente no se dispone de los ingredientes necesarios, el comprador o compradora no tiene que alarmarse pues la recopilación del material garantiza la posibilidad de realización en cualquier otro momento: “[...] si cuando compra nuestra Enciclopedia hay algunos ingredientes que no son del tiempo, piense que se trata de un libro, no de una revista, y que siempre tendrá oportunidad de hacer el plato para el que, en el momento de adquirir el fascículo, no dispone de todos los elementos”.

La singularidad de cada uno de esos fascículos que componen la obra total, me llevan a afirmar que cada uno de los ejemplares tiene entidad propia, es decir, que el comprador de la época, culminase o no con éxito la enciclopedia o colección, dispondría en cada número de una auténtica revista de cocina con valor o entidad propia.

La única excepción que se puede señalar a la afirmación anterior a raíz del análisis realizado sobre cada uno de los fascículos es la siguiente: salvo la sección titulada “Curso de Cocina” cuya visión de conjunto dota de entidad al título de la sección, cada una de las divisiones temáticas (Entremeses, Primeros Platos, Verduras, Carnes, Pescados, Postres, El arte del anfitrión, Un médico en la cocina) componen un recetario con el que abastecer y pautar el menú diario de cualquier hogar.

Eminentemente práctico, cada fascículo constaba de 28 páginas internas, más portada y contraportada. Cada propuesta culinaria, de la cual se indica tanto el tipo como la cantidad de ingredientes necesarios para la elaboración de la receta, aparece acompañada de su imagen correspondiente. Una imagen cuidada en relación con la estética del periodo: bodegones y presentaciones de recetas emplatadas de estilo tradicional en su mayoría pero con cierto halo evolutivo en cuanto a estilismo culinario.

Debemos tener en cuenta que, en el momento de su lanzamiento al mercado, todavía restarían unos cuantos años para la aparición de la *Nouvelle Cuisine* -1970-, pero, en algunas de las fotografías que incluye esta enciclopedia, se percibe además la cuidada organización interna en la distribución de los alimentos en cada uno de los platos; también el interés por conectar o emparejar colores dentro del cuadro que compone la imagen, mediante vajillas, floreros, jarrones, manteles, etc. -incluso ingredientes, en menor proporción desde luego, pero presentes y coordinados- es igualmente notable en lo que ya es a todas luces estilismo culinario.

En cada fascículo, *Paladar. Enciclopedia del buen comer* ofrece recetas, nociones generales sobre vinos y bodegas, curso de cocina, normas sobre el servicio y la buena mesa, un curso completo de dietética y orientación a regímenes, un breve diccionario gastronómico hispanoamericano con sus equivalencias y semejanzas, y la propuesta de ejemplos de menús, y una tabla de equivalencias de pesos y medidas.

La colección completa constaría de 8 volúmenes. Aunque en la Biblioteca Nacional de España apenas consten volúmenes completos de la enciclopedia hasta el ejemplar número 7, el rastreo posterior realizado en almonedas y casas de coleccionistas<sup>288</sup>, me llevan a sostener la existencia de colecciones de 8 volúmenes, así como el hecho de que muy probablemente la colección, iniciada en España en 1964 culminase en el año 1972.

Bajo el lema “Comer mejor, y a mejor precio, no es un problema de dinero”, la empresa editora Codex S.A. explicaba en su primer número de la enciclopedia que “la alegría de una mesa variada y rica, es una meta alcanzable”. Desterraba así la creencia errónea de que la buena cocina y, por tanto, la buena mesa, eran actividades que requerían un holgado monedero.

De esas mismas palabras que anuncian y dan cuenta del tipo de coleccionable que se presenta al mercado se extrae la conclusión de que sus responsables divulgaban la idea de que la cocina no debería ser algo que esclavizara a la mujer, al ama de casa. A

---

<sup>288</sup> Mails mantenidos con coleccionistas nacionales a través de las plataformas Todocoleccion.net y Mercadolibre.com con los que se ha conseguido recabar datos que concluyen siempre con 8 volúmenes editados, que serían los que conformarían la colección completa.

pesar de que la publicación tiene un sesgo femenino, público al que se dirige y que se aprecia en la observación y explicación de recetas dirigidas a la mujer directamente; también en los trucos de mantenimiento de cocina o de economía familiar a través de la llamada cocina de recursos -aprovechamiento de sobras-; a pesar de que en muchas de sus imágenes las manos y siluetas que aparecen son todas de mujer y mandil; a pesar de todo lo anterior, insisto, los responsables de la publicación apuestan por el buen gusto, la organización y la sabiduría como vehículos con los que consiguen ahorrar esfuerzo.

La razón de ser de la enciclopedia, de cada fascículo, es ir dotando al lector, lectora más bien, del conocimiento culinario necesario para que pueda rentabilizar su tiempo. Entendida así, la publicación pretende ser una herramienta útil para liberar el tiempo que la mujer dedica a la cocina; una mujer que, a pesar del intento de la publicación, continúa no obstante reconocida en su eterno y hogareño papel dado que la propia publicación subraya la necesidad de demostrar que “las prisas actuales, los abundantes quehaceres de la mujer, la atención de la familia, el cultivo de la amistad... todo es posible con una alimentación buena, gustosa, sana y a buen precio. Con esta enciclopedia tratamos de hacer de nuestra casa un tranquilo y pequeño reino, a cuyo frente está la siempre esforzada ama de casa [...]”<sup>289</sup>.

Esta idea también se avala por el hecho de incluir en su sección titulada “El arte del anfitrión”, artículos alejados de la cocina tales como: “Vida de relación: en familia”, “La urbanidad de los adolescentes”, “La urbanidad de los niños”, “La primera comunión”, o “Relaciones con los vecinos”.

Dejando de lado, esa función aleccionadora, moralizante y encasillada que incluyen las revista de cocina dirigidas a la mujer desde principios del siglo XX y hasta, al menos, el año en que se publica esta enciclopedia, hay que señalar que *Paladar. Enciclopedia del buen comer* contiene un eslogan significativo: “Recetas comprobadas”. El mismo sirve para transmitir el pragmatismo sobre el contenido culinario. La propia editorial, para anunciar, publicitar y animar su compra, señala en varios encartes - también en páginas finales- de cada volumen lo siguiente: “Apetitosa de la primera a la

---

<sup>289</sup> Encarte incluido en el Vol. 1 de *Paladar. Enciclopedia del buen comer*, fascículo 1, entre pp. 22 y 23, 1964.

última página, contiene más de cien cursos de cocina, en los que el texto acompaña a una extraordinaria descripción gráfica. Imprescindible en la cocina para enriquecer la mesa”.

Por tanto, del ideario reconocido de la publicación se puede concluir que la obra se presenta como la solución a “mil y un problemas de preparaciones culinarias, platos internacionales, platos típicos españoles e hispanoamericanos”, en su vertiente de cocina práctica. “Todo son recetas útiles”, anuncia en su primer número. Examinados sus dos primeros volúmenes a fondo, que son los volúmenes disponibles en la Biblioteca Nacional, no queda sino reconocer la calidad del trabajo realizado por Codex S.A., el cual es probable fuera en aumento con el correr de los años y el advenimiento de la *Nouvelle Cuisine*, nada más concluir la colección, cuya influencia se haría sentir en las mesas de la cocina española años más tarde, a partir de la influencia de los grandes restaurantes franceses.

Del ideario subyacente, no queda sino confirmar como ocurría con *La perfecta cocinera*, que el binomio “cocina y mujer” continúan siendo, en los años sesenta, la misma cosa.

Con todo lo anterior, concluyo que *Paladar. Enciclopedia del buen comer* es un documento histórico-culinario en toda regla. Una radiografía de las cocinas de las amas de casa españolas, de sus cualidades, aspiraciones y preocupaciones en materia de cocina, alimentación y salud. También lo es de los temas supuestamente de su interés, o de los que supone la editorial son o deberían interesarle.

En cualquier caso, la obra constituye un magnífico trabajo culinario, que promueve la cocina casera, sana y variada. Enseña técnicas y estimula a la cocinera a la que enseña recetas tradicionales e internacionales con la introducción de nuevos productos como las frutas tropicales o ciertos vegetales o tubérculos. *Paladar. Enciclopedia del buen comer* es un material práctico de vida útil para la cocina del hogar cuya mención en esta tesis se hace necesaria dentro del contexto general de la edición de revistas de cocina y gastronomía cuya construcción en nuestro país trato de mostrar.



### 3.2.8 Revista gastronómica contemporánea

#### 3.2.8.1. *Club de Gourmets. Desde 1976 en el quiosco*

Si la gastronomía, desarrollada en mayor o menor medida, ha estado presente acompañando la evolución del ser humano desde el momento en que aparece la cocina, han sido los compendios literarios, y el formato periodístico en especial, los que con mayor empeño y dedicación se han encargado de difundirla, de darla a conocer.

A principios de siglo aparecían en España distintas cabeceras profesionalizadas que, con sus diferentes visiones y públicos, contribuyeron a sentar las bases de la tipología de este tipo de publicaciones hasta ahora basadas en la cocina. Si el *El Gorro Blanco* no daba con una composición homogénea y profesional en lo periodístico, en cambio sí divulgaba de manera destacada todo lo referente a los grandes chefs, las cocinas elitistas y sus recetarios. Si *Paladar* trataba de educar a las amas de casa, acompañando el proyecto republicano de apoyo a la cultura con la finalidad de introducir la buena cocina en cada uno de los hogares españoles, alternando cocina y salud; y si *Menaje* quiso llegar a un público mayor, más popular, incluyendo entre sus páginas otro tipo de contenidos al margen de lo culinario, no cabe duda de que tras la apertura del país, a partir de los años setenta, la revista *Club de Gourmets* recoge y amplía sustancialmente aquellos testigos que habían quedado anclados en la entrega periódica de recetas o fascículos.

Irrumpe así en los quioscos como la primera revista gastronómica contemporánea en la que verdaderamente se publican contenidos de manera equilibrada, dando cobertura global al fenómeno gastronómico, foráneo y ajeno, con carácter periódico, y sobre todo con afán o espíritu moderno que brota ya sin complejos, para contagiar a los españoles tras años de placeres contenidos.



### 3.2.8.1.1 1976. *Transición y libertad, también en la cocina*

La apertura del país, en pleno proceso de transformación política y social, también facilitó la apertura del gusto. Evidentemente, no es que no existiese o no se practicara, sino que es ahora cuando se suma a ese grito de libertad tanto tiempo contenido.

La aparición de la revista *Club de Gourmets*, en abril de 1976, un mes antes de que lo hiciera el periódico *El País*<sup>290</sup>, supondrá un hito para el mundo periodístico en general y para el gastronómico en particular. Esta publicación, en la que la libertad de la cocina, los viajes y la gastronomía rebosan desde la portada hasta el final de sus páginas, es una muestra de evolución cultural y recuperación social de la cocina como parte de la entidad española. Durante mucho tiempo cercada o disponible sólo para las clases altas, la gastronomía española, y por ende, su afición, salen a la calle a través de esta publicación, la primera dedicada a la gastronomía que tras la muerte del General Francisco Franco es posible encontrar en los quioscos nacionales.

1976 es un año significativo en el que España se encuentra sumida en un gran debate (presente en todas las esferas de la sociedad que demandan la apertura del país como herramienta para la evolución y el progreso internos) sobre la sucesión, prolongación y necesidad de cambio político, del que afortunadamente saldrá el salvoconducto que permitirá trazar el camino del nuevo modelo de país, la Ley para la Reforma Política aprobada el 18 de noviembre de 1976, que entraría en vigor en enero del siguiente año, y que será la última de las Leyes Fundamentales del Reino.

*Club de Gourmets* con su temprana aparición encabeza ese elenco de publicaciones que fueron surgiendo posteriormente para proponer a la sociedad otros modelos posibles de convivencia, en los que la libertad de expresión por encima de todo, pero también las aficiones y el ocio -entre los que con frecuencia se ubica lo concerniente a lo gastronómico-, contribuían a la felicidad de los ciudadanos; este

---

<sup>290</sup> El primer periódico de el diario *El País* saldrá publicado el 4 de mayo de 1976. *Historia del Periodismo Español*, Juan Francisco Fuentes y Javier Fernández Sebastián (1998), Madrid, Síntesis. p. 319.



aspecto está presente desde el principio en la publicación que añade la expresión *Por una vida más grata* a modo de subtítulo.

A pesar de todo, con la vista privilegiada que nos proporciona nuestra posición actual, sabemos que tendrían que pasar unos años más hasta que esas libertades pudiesen materializarse y alcanzar, verdaderamente, a toda la sociedad. Pero de lo que no hay duda es de que lo acontecido durante la llamada Etapa de la Transición sería determinante para llegar a construir el país que actualmente compartimos y en el que es posible comer disfrutando de todo tipo de alimentos y cocinas.



En abril de 1976 sale a la venta el primer ejemplar de la revista gastronómica *Club de Gourmets*. La portada está en consonancia con la corriente de libertad iniciada en España con la Transición y la apertura del país demandada por la sociedad española, que tan bien supieron plasmar las revistas políticas del periodo. El destape también es posible en la cocina donde más que destape su mensaje es de libertad.

Ese espíritu y esas ganas de libertad están presentes en la revista a través de su primera portada, arriesgada y provocadora, también enfocada hacia el público masculino, que transmite la imagen de un país en plena ebullición por el cambio. La desnudez de una mujer que parece brotar de un mundo vegetal remite al lector inmediatamente al Edén, al paraíso en cuyo huerto comenzó, según se mire, la decadencia o la libertad.

Tan solo cubierta con unas hojas y sumida entre hortalizas y verduras de las que parece ser jugoso colofón, la portada que inaugura la revista es una celebración de vida en la que sólo falta el protagonismo de la fruta de la discordia. La no inclusión de esa manzana nos hace pensar en un comedido y estudiado atrevimiento que sin embargo se ve frenado por la falta del pecado, por la completa transparencia que su mensaje hubiera tenido si esta atractiva mujer estuviera ofreciéndonos el delicioso fruto del deseo. A pesar de ello, las connotaciones están muy presentes porque, al adentrarnos con esta revista en el mundo de la gastronomía, que es sobre todo un mundo sensorial, placentero, estamos aceptando nuestra comunión con ese paraíso, rindiéndonos al placer que proporciona la comida.

Sin duda este hecho, esta provocación, responde al sentir mayoritario de la población y a la propia y deficiente situación del país en el que la apertura y la modernidad son esperanza. No obstante, el poder y las alternativas políticas no estarán nada claras hasta pasado un tiempo (a los españoles les esperan sucesos tan dramáticos como los asesinatos de los abogados de Atocha).

Pero aún nos queda otro hecho relevante, en conexión con el anterior y que no podemos obviar por más tiempo. Si en España son momentos en los que se está viviendo un proceso de reforma política, su sociedad está fragmentada por la procedencia o estatus de sus gentes; lastre perpetuo de la humanidad.

A pesar de lo avanzado de otros países, España, tras la muerte del dictador, está despertando y tan sólo los gobiernos que vendrán serán capaces de situar al país en la posición avanzada que éste se merecía a tenor de sus riquezas y el valor de sus gentes.

Ahora, gracias a las ventajas que nos otorgan las retrospectivas, sabemos que no fue fácil, mucho menos perfecto. La población española, en parte dispersa por exilios forzosos o voluntarios, ni era igual en lo ideológico ni respondía al mismo perfil económico e intelectual; entre ellas, seguía existiendo una masa humilde y trabajadora para la que el enfoque propuesto por *Club de Gourmets* quedaría lamentablemente lejos. Pero esto no resta ni un ápice de mérito a lo que sin duda es el primer paso para democratizar los contenidos gastronómicos en España. Aunque habremos de admitir que el público al que se dirigía en sus inicios era fundamentalmente de perfil conservador, de clase alta y prácticamente masculino (aspecto que está presente en el interior de sus páginas y que se percibe por el estilo de redacción de sus primeros textos y sus enfoques, y por secciones tan varoniles como exitosas, por ejemplo, con el ‘Rincón de la buena pipa’ de J.L. Highthvalley).

Para corroborar este hecho basta con acudir a los datos que, en el mes de marzo de 1977, la dirección de *Club de Gourmets* publica reconociendo así el perfil de quiénes son sus lectores, a los que ha sondeado mediante una encuesta al objeto de poder profundizar y dar una solución a sus demandas e intereses.

“[...] un gran mayoría de hombres (el 92 por 100 de las respuestas); generalmente comprendido entre los veintiséis y los cuarenta años de edad; de profesión liberal (70 por 100); casados en su mayoría; [...]. También la mitad frecuenta los restaurantes al menos una vez por semana [...]. Los que indican que el vino es su tema favorito (32 por 100) superan incluso a los que prefieren la cocina (23 por 100), destacando también los aficionados al tabaco (9 por 100), las recetas (9 por 100) y las guías (8 por 100). Y son de destacar los lectores que quisieran ver más espacio dedicado al vino y las bebidas (30 por 100), los libros y la historia de la gastronomía (25 por 100), las direcciones útiles (20 por 100) y las recetas (12 por 100), mientras que los temas nuevos a incluir mencionados más a menudo son la cocina regional, las bodegas, los cultivos, el humor, el turismo, la caza y la pesca”.

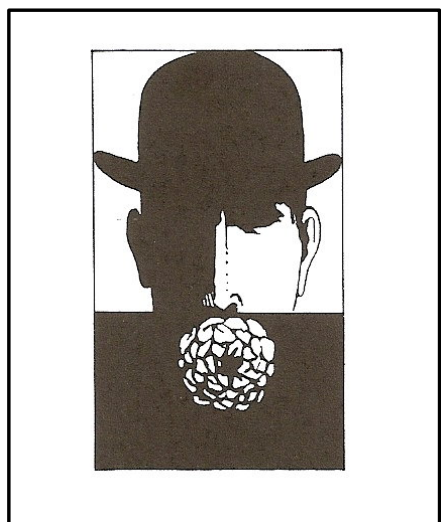
Revista *Club de Gourmets*, nº 12, marzo de 1977. Editorial.

Estupenda radiografía del lector de la revista para quien el vino y las bebidas priman por encima del conocimiento de alimentos y recetas. Se ve que el hombre *gourmet* no tiene todavía verdadero interés por entrar en la cocina; aspecto igual de relevante que la ausencia de la mujer como público o escritora de sus páginas. Bien distinta es la situación hoy en día, en la que ambos sexos, contemplados en la rutina del

día a día, es decir, sin focalizar nuestra atención en la imagen preeminentemente masculina de los grandes chefs o cocineros, el hombre y la mujer corrientes comparten esta afición por igual, con el mismo interés, y, en muchas ocasiones, aplicando el mismo entusiasmo o dedicación. En esto hemos de suponer que la revista junto con otras que vendrán después, más los avances en educación, han contribuido a desdibujar la feminidad de una cocina que sin embargo y en lo profesional continúa siendo minoritaria.

En la actualidad, con ese bagaje de 36 años de experiencia a cuestas, *Club de Gourmets* se muestra como una revista accesible al gran público, prescriptora del hecho gastronómico y vitivinícola, de sus lugares y productos, también de sus gentes. Entre las propuestas que cada mes oferta y andado el tiempo se incluirán rutas, productos y restaurantes a los que afortunadamente hoy en día es posible acudir sin remordimientos, fundamentalmente, por el interés que de por sí suscita su visita desde diferentes puntos de vista como son el cultural, el gastronómico, el tecnológico o el sociológico, entre algunos otros.

En cualquier caso la revista nace porque con este primer número evidencia el interés de una parte de la población por lo gastronómico como otro de los ámbitos fundamentales en los que se mueve la sociedad. Y como tal lo corrobora con su primer editorial de 1976. “Asistimos a un despertar de la curiosidad y del interés por lo gastronómico”, comienza. Y a continuación añade que el hecho gastronómico se está viendo influenciado por el despertar social, su aspecto más positivo; el negativo vendrá dado por la conexión entre el avance tecnológico y la estandarización que conlleva y que, en cuanto a alimentación se refiere, conducirá hacia la escasez de productos auténticos o con sabor, de ese sabor completo que tenían los alimentos “de antes”. Única queja que lanza porque al dar la bienvenida al lector, la revista destaca que “la intensidad de la vida de relación, la facilidad de comunicaciones, los planteamientos socio-económicos (producción, mercado, consumo) de la vida actual, la mejora de los niveles económicos, la propia dinámica cultural, el fenómeno turístico y el acercamiento al tema de intelectuales avezados y de escritores prestigiosos” hacia lo gastronómico son la prueba de que la gastronomía española renace tras largos años situada en segundos planos.



Logotipo original de la revista *Club de Gourmets*. Año 1976.

En contra de lo que pudiera parecer la elección de la palabra ‘club’ como elemento de cabecera de la publicación no pretende establecer de entrada relaciones excluyentes. Más bien al contrario, porque no tarda este editorial en explicarnos que con su apuesta, *Club de Gourmets* quiere ser lugar de encuentro y celebración, quiere hacer partícipe a los lectores de “devociones comunes o aficiones compartidas”. Ese club debe ser entendido como sinónimo de “amistad congregada”.

Decantada por la actualidad del mundo vitivinícola no ha dejado de prestar atención a la cocina y todos los elementos que la acompañan, ya sean de celebración o consumo, haciendo honor a esa primerísima bienvenida que la revista lanzaba al lector español de los años setenta. En ella insistía en su propósito de “abarcara un campo bastante más amplio que la mesa o el fogón”.

Creo poder afirmar que esta frase continúa dando sentido a la revista siempre preocupada por el hecho gastronómico en su sentido más universal, donde el comedor es un ágora esperanzada para el entendimiento. Ciertamente no puede ser de otra manera porque el hecho de sentarse a la mesa supone de entrada salvar el primer peldaño de la escalera que conduce y acerca a los seres humanos hacia la mutua comprensión; la buena mesa favorece la unión.

Dirigida por Pedro Barceló hasta febrero de 1977, estaba editada por Francisco López Canís, quien a partir de febrero de 1977 pasó a ser también el director de la publicación. Este primer número sale al mercado a un precio de 100 pesetas (presenta un formato de 31’5 cm de alto x 23 cm de ancho), y con él la revista ya muestra su inclinación hacia el género periodístico del reportaje, que es el que se presta naturalmente a esta especialidad junto con la entrevista y la opinión en forma de crítica gastronómica. Según evolucionen revista y sociedad, el enfoque informativo-gastronómico cobrará importancia aumentando su presencia y demostrando así el

interés y la demanda del público. La apuesta por un diseño moderno, con la novedosa inclusión de fotografías con deliberado enfoque gastronómico, es decir, con composición y no sólo como testimonio, es otra de las innovaciones que acompañan a la revista. Sin riesgo a equivocarnos podemos afirmar que la inclusión de los aspectos estéticos en relación con la gastronomía y el periodismo gastronómico contemporáneo hallan en estas páginas su génesis.

El número uno de la revista se inaugura con la inclusión de una “Guía de Bilbao”: un cuadernillo promocional que aconseja qué comer y dónde, al que seguirán el de otras regiones de España publicados mes a mes; también de alguna capital extranjera de especial interés por la estación o los acontecimientos. En cuanto a contenidos textuales, R. Abelé, firma habitual, nos habla de las posibilidades que brinda comer rodeados de nieve, introduciéndonos así en pueblos y paisajes, en asados y licores con los que hacer frente al frío de montaña; terruños privilegiados, provincias con tradición y restaurantes singulares del momento (a los que poco a poco se irán sumando muchos de nuestros mejores cocineros) ocuparán páginas de por vida en esta revista.

Juan Pantagruel se queja en su fugaz columna sobre arte y gastronomía de la dejadez de los artistas hacia las cosas del comer y se pregunta: “¿Qué ha pasado en el arte contemporáneo para que la tradicional imagen de la buena mesa no interese plásticamente a los pintores de hoy?”. Idea que contrasta hoy pues la comida y el arte de nuestros días hace tiempo que forman controversias y alianzas; tanto ilustradores y artistas como fotógrafos han conseguido rematar cualquier plato que se les ponga delante, ya sea a través del desarrollo creativo de conceptos o mediante la sugerencia directa de una imagen capturada por una cámara.

Luis Bettónica<sup>291</sup>, periodista y escritor italo-barcelonés que en 1987 fundaría su propia publicación, e ideólogo de *Gourmets*<sup>292</sup>, nos presenta en este número al maestro Paul Bocuse, uno de los revolucionarios de la cocina francesa nombrado recientemente *Chevalier de la Légion d'Honneur*; ahora, narra Bettónica, los revolucionarios que se

<sup>291</sup> *El Pipiripao*, periódico fundado por el desaparecido Luis Bettónica.

<sup>292</sup> En 2007, con motivo del fallecimiento del periodista, Francisco López Canís, reconocería en un breve texto memorial la participación de Luis Bettónica en la confección de la publicación. Revista *Club de Gourmets*, número 372, abril de 2007, p. 13.



atreven a refutar las “magistrales enseñanzas de Augusto Escoffier” van “tocados con gorro blanco en lugar del frigio escarlata”. La profesión y su prestigio, reconocidos y elogiados en otras épocas, tras años de silencio vuelven a instalarse en la sociedad pero no olvidan la pompa militar de su origen popular.

El producto destacado es el arroz. Claudio Chaqués Ramón describe cuanto hay que saber sobre él; al final de la revista el lector encontrará una selección de recetas donde el arroz es protagonista. Sin embargo, el habitual en estos temas será Juan Perucho con su sección ‘Botánica oculta’ extraída del libro que lleva el mismo título editado por Dirosa, en 1974. Perucho fue una de sus firmas a mi juicio más relevante con los que cuenta en estos momentos la revista pues además de gran conocedor de la cesta, contaba por entonces con gran reconocimiento como escritor; en 1970 publicaba con Néstor Luján que junto a Manuel Vázquez Montalbán, “amigo y compañero de audacias gastronómicas”<sup>293</sup>, el libro *Historia de la cocina española*.

La ‘Cofradía de la buena mesa’ vendrá firmada por el que es actualmente presidente de la Real Academia de Gastronomía Española, Rafael Ansón, quien en este primer número ofrece un recorrido por la tradición gastronómica española para terminar explicando el por qué del nacimiento de esta cofradía en 1972, bajo la cual se hallan numerosas personalidades y gentes relevantes que tendrán por misión cambiar impresiones, disfrutar de la buena mesa y su conversación, y, contribuir al desarrollo de la gastronomía de nuestro país. Una de sus apuestas fue (Rafael Ansón de cuenta de ella en este texto), la edición por primera vez en España, de unas Guías Gastronómicas de los restaurantes españoles (*Madrid Gastronómico*, 1973; *Guía de Guipúzcoa*, 1974; y, *Guía del País Vasco, La Rioja y Navarra*, 1975). Guías a las que seguirán muchas más y que están presentes también hoy entre la oferta de librerías y quioscos. Estos primeros libritos-guía llegarán a completar la geografía española título a título, incluyendo la clasificación (tres, dos y un soles) de los restaurantes así como el comentario sobre “las especialidades, la historia, las personas que los dirigen, los cocineros, los *maitres* de hotel, el ambiente, la localización, etcétera”. Se inicia así la producción de guías

<sup>293</sup> Reseña Libro de la cocina española. Instituto Cervantes.

[http://cvc.cervantes.es/literatura/escritores/perucho/resenas/libro\\_cocina.htm](http://cvc.cervantes.es/literatura/escritores/perucho/resenas/libro_cocina.htm). [Fecha consulta: 04.2012].

gastronómicas en España, de las cuales algunas han llegado hasta la actualidad como la famosa *Guía Michelin*, que en España, a partir de 1973 será la *Guía Roja de España & Portugal*, conservando este color hasta nuestros días. Otras guías se transformarán como fue el caso de la *Guía Campsa*, nacida en 1978 y convertida en la actual Guía Repsol<sup>294</sup>. Otras, nacerán con posterioridad fruto del equilibrio alcanzado entre la gastronomía y el mundo editorial, así como de la necesidad de incrementar la oferta en el mercado<sup>295</sup>, tal es el caso de la guía editada por el que será un futuro Grupo Gourmets, sello bajo el que continúa editándose su revista.

Las guías de vinos, las otras grandes guías por excelencia, llegarían con posterioridad. Tal fue el caso de la propia *Guía de Vinos Gourmets* (1983) que fue bienal hasta el año 1989, *Guía Peñín* que se inicia en 1990 (fue bienal hasta 1997), *Anuario de Vinos El País* (1995) y, finalmente, *Guía Proensa* (2003)<sup>296</sup>.

Desde el principio la publicación llevará entre sus contenidos la reflexión. No quiere permanecer ajena a la evolución de las cocinas profesionales, tampoco las de los hogares a los que incita a mejorar mediante el conocimiento y la inclusión de buenos productos. En ocasiones también se preguntará cómo es el estómago de los españoles, sus preferencias y modos de comer –espacio a cargo de diferentes especialistas en nutrición-; o, si es correcta la imagen gastronómica que proyectamos hacia el exterior abriendo el debate de hacia dónde va la gastronomía española. Picajosa pregunta que lanza la revista a dos o tres expertos que ofrecen sus perspectivas.

El hueco reservado a la historia en este primer número es para Lhardy; José Altabella ofrece unos párrafos de la investigación que está llevando a cabo sobre el local y su fundador que en 1839 decidió instalarse en Madrid, donde años más tarde fundaría el prestigioso restaurante. El número dos estará dedicado a los almacenes Harrods de Londres.

---

<sup>294</sup> La Guía Cepsa pasa a llamarse Guía Repsol en 2008. Sin embargo, el primer volumen aparece en el mercado en 2009. Se trata de una guía que contiene los datos imprescindibles que todo buen viajero debe conocer en relación con la restauración.

<sup>295</sup> Andrés Proensa, en su ponencia *Crítica de vinos. Periodista versus gurú*, dentro del curso Experto en Periodismo Gastronómico y Nutricional de la UCM (2012).

<sup>296</sup> Ibid.



Dejando a un lado lo histórico y alimenticio, *Club de Gourmets* prestará atención a la cocina de los famosos y a los famosos en sí con dos secciones. La primera se titula 'Famosos y gastronomía', sección que viene firmada por la periodista Olga Almonacid -

una de las pocas mujeres cuya firma se incluye en la publicación durante sus primeros años-, quien se ocupa de entrevistar a personajes nacionales como la escritora Gloria Fuertes. La segunda sección se titula 'Estrellas en mi mesa' y está firmada por Odín (Pedro Barceló<sup>297</sup>). Ursula Andress es la actriz encargada de inaugurar esta sección en la que su artífice propone una receta final ('Ostras al regazo de Ursula Andress'<sup>298</sup>, donde éste Odín presuntamente enamorado aconseja al lector que si no dispone de Ursula Andress para ejecutar la receta "lo mejor es buscar otra receta. O pegarse un tiro"). La sección continuará en los números sucesivos



Portada del nº 2 de *Club de Gourmets*, mayo de 1976.

entrevistando a las grandes estrellas extranjeras del momento como Sofía Loren, Barbara Streissand o Catherine Deneuve.

En sus ochenta y ocho páginas encontramos también los pasatiempos y el humor de Pedro Ocón de Oro y Julio Cebrián, respectivamente; ambos nos acercan a las páginas finales de este primer número de *Club de Gourmets* que remata su publicación con la 'Introducción a los vinos de España' a cargo de Fernando Ramos, apuntando así las

<sup>297</sup> En el nº 1 de la revista y en el sumario inicial se indica esta sección que se atribuye a Odín. En páginas interiores dicha sección aparece firmada por Pedro Barceló. A partir de entonces, la sección se mantiene pero nunca más aparecerá su nombre, sí en cambio su seudónimo.

<sup>298</sup> Revista *Club de Gourmets*, nº 1, abril de 1976. pp. 52-53.

bases del que será el principal valor de la revista española decana en el sector de las publicaciones de gastronomía. La coctelería también acaparará buena parte de la atención en el interior de la revista (algunos nombres son: Paco Ducale, Miguel Sánchez, Fernando Domínguez, José María Gotarda o Enrique Bastante).

Durante los próximos meses *Club de Gourmets* irá perfeccionando tanto diseño como contenidos. Hablará de iniciativas, de historia, de productos, restaurantes, cocineros y de todo lo que concierne a la cocina y la restauración; también de libros especializados, de personajes relevantes, de famosos, de cine, de literatura... pero siempre con la perspectiva gastronómica presente. Y prestará especial atención a grandes escritores dado que entre sus contenidos siempre figurarán las 'Letras de oro' de la literatura gastronómica española como Julio Camba o Álvaro Cunqueiro, lugar donde también tienen cabida otros literatos contemporáneos como Miguel Delibes o algunos de nuestros más queridos poetas.

El esperado número dos de la revista dedica su editorial al turismo, uniéndolo con visión de futuro a la gastronomía; ambos, turismo (de sol y playa) y gastronomía, formarán el binomio sobre el que, junto con la insistencia del ocio, se sustentará la promoción exterior del país durante los próximos años en los que España verá incrementada su fama de país cálido y amistoso; aumentarán el número de construcciones hoteleras así como la revalorización de cocinas y restaurantes. Parafraseando al escritor, viajero y gastrónomo, James de Coquet, *Club de Gourmets* incide en que el turista, con frecuencia, recuerda vagamente el nombre o los lugares que ha visitado, pero nunca olvida el grato recuerdo de una comida satisfactoria. Se unen así las vacaciones y el ocio a través del descubrimiento de otras comidas.

En muy poco tiempo, la revista se va ir consolidando como referente. A partir del número tres y en sus cerca de ochenta páginas incluye también un interesante 'Diccionario del turista gourmet'. Asumido por la redacción de la revista estas páginas tienen la virtud de escoger una serie de términos de otros idiomas, fundamentales para desenvolvernó en el extranjero, con los que viajar algo más seguros y no cometer insensateces dialécticas. Es una sección que da mucho juego, y con la que el lector

además de instruirse, obtiene veladas opiniones políticas a la par que se divierte, y si no, lean a continuación lo que en relación con las Islas Británicas<sup>299</sup> se aconseja.



Con la revista comienza el interés por la estética gastronómica. El nuevo medio va a imponer nuevas lecturas. La composición de bodegones responden a una primerísima etapa en la configuración de lo que será fotografía gastronómica especializada.

“En las Islas Británicas se hablan dos idiomas: el de la vida corriente, que es el inglés (que tiene cierto remoto parecido con el norteamericano) y el de la gastronomía, que es el ‘franglish’ (en España tenemos el ‘spanglish’, que es el que hablan los tecnócratas, discursen los ministros, escriben los malos periodistas y pronuncian los deficientes locutores. Pero, a lo que íbamos). Casi todos los restaurantes británicos cocinan en francés. La cocina inglesa es pintoresca y peculiar, pero le aconsejamos que no se permita bromas a costa de ella. Que los ingleses llamen al desayuno *breakfast*, que llamen *lunch* e incluso *luncheon* al almuerzo y que en vez de cena hagan muchos *high tea*, son cosas que debe soportar con estoicismo. En realidad, la cocina inglesa se define en unas cuantas palabras. Sépalas:

<sup>299</sup> Revista *Club de Gourmets*, nº 4, julio de 1976. pp. 27-28.

Bacon: inevitable lonja de tocino ahumado que comparece en el desayuno (frecuente: *Eggs and bacon*, o sea, lo mismo, pero con huevos); *beef* (carne de buey); *bloater* (arenque ahumado); *broth* (caldo); *butter* (mantequilla); *cake* (pastel: ingentes variedades); *pies*: son pastelillos a base de lo que sea, sobre todo de carne; *puddings*: los *puddings* constituyen un orgullo imperial británico, aunque en realidad se trata de harina, sebo, azúcar y frutas confitadas; si Francia tiene 360 quesos, los británicos tienen 360 *puddings*; allá usted. *Savouries*: son como los entremeses, pero en postre, y constituyen el remate de las cenas distinguidas.

Cuentan los británicos con varios quesos. Uno de ellos es el *Cheddar*, posiblemente el queso de más venta en el mundo; aunque da la casualidad de que la mayor fabricación corresponde a los Estados Unidos, que lo exportan incluso a Gran Bretaña (no lo comente entre sus futuros amigos ingleses; como nota curiosa, le diremos que en 1840 los habitantes de Somerset, donde se encuentra situada la pequeña ciudad de Cheddar, regalaron a la Reina Victoria un queso que pesaba 550 kilos y que había sido elaborado con leche de 750 vacas). Obligatorio: *Stiltons*. *Drinks* (bebidas). Aparte del *tea* (té), recuerde: *ale* (cerveza negra más fuerte); *red wine* (vino tinto), *white wine* (vino blanco), *sparkling wine* (espumoso), *Burgundy* (Borgoña), *Claret* (Burdeos), *Sherry* (Jerez). Y *Whisky* que es de todos conocido porque es lo que se bebe cada vez que se ofrece “una copa de vino español”. Importante la ginebra (*gin*). Lo que en muchos lugares de España se llama “espuela” y que es la penúltima copa que se toma uno con los amigos antes de irse a casa, los ingleses le llaman “*Night-Cap*”, o sea, “gorro de noche”; una buena indirecta.

*Normas para la conversación*: Los ingleses son muy mirados para esto de la conversación. Respete las normas. No se puede hablar en “yo”, porque no es elegante, en “tú” porque es indiscreto, en “él” porque no es educado; en “nosotros, vosotros y ellos” por las mismas razones; no se puede hablar de política por delicadeza, de sexo por respeto, de negocios por buen gusto, de comidas por plebeyo, de modas por tópico, de deportes por no herir susceptibilidades, de espectáculos por si alguien no los conoce. Hable, pues de los demás temas autorizados: el tiempo.

De Holanda ya se advierte que la mitad del territorio está ocupado por vacas, y la otra mitad, que uno supone libre, por tulipanes. Si decidimos pasar unos días en Bélgica quede claro que es un “país epicúreo donde los haya. En los bares hay un bando de Leopoldo II que prohíbe despachar bebidas alcohólicas. Ni caso. Pida cerveza, que no está prohibida, o hágase amigo del camarero”<sup>300</sup>. Y así, con el resto de países a los que la publicación va dedicando este espacio, al que sigue un calendario con las festividades del mes correspondiente y su oferta gastronómica.

<sup>300</sup> Revista *Club de Gourmets*, nº 4, julio de 1976. pp. 27-28.

Víctor de la Serna se incorpora a partir del número tres con un artículo sobre la Academia Internacional del Vino, fundada seis años atrás por el escritor y editor de libros vinícolas de origen suizo, Constantin Bourquin. Y no vuelve a aparecer hasta febrero de 1977 año en el que asume la función de editor; la dirección de la revista será entonces responsabilidad de Francisco J. López Canís. En el número 10/11, el primero de 1977 que aúna los meses de enero y febrero, se explicarán los cambios registrados de los cuales el principal será la ausencia del director Pedro Barceló.

Y si antes prestábamos atención a Luis Bettónica, es en el número cuatro donde se incorpora Xavier Domingo inaugurando la sección 'Monografía' con el reportaje titulado *Todo sobre la cerveza*. En este espacio predominarán las bebidas como el vino de Jérez, el whisky -bebida que acapara un extenso reportaje firmado por el director de la revista, Pedro Barceló, cuya entrega se divide entre los número siete y ocho-, los *brandies* o la *champaña*.

Esta consolidación y apuesta por prestigiosas firmas se nota de igual forma en la manera en la que son expuestos los contenidos que, si ya resultaban interesantes al abordar una temática por explotar en España, ahora se perfeccionan en cuanto a estilo de redacción, haciéndose más accesibles. El lenguaje culto, grandilocuente, y, en ocasiones, excesivo, quedará como elemento residual para algunas de las firmas invitadas que tratan de enaltecer lo gastronómico con pompa literaria, quizás como justificación temática. Lo que se percibe sobre todo a partir de la década de los ochenta. No obstante, en esta observación hay que dejar claro que no será el caso de los grandes escritores gastronómicos del momento como son Álvaro Cunqueiro, Xavier Domingo o Julio Camba, que, si bien utilizan un lenguaje culto y conforme a sus amplios conocimientos así como al ingenio de su irrepetible e inimitable redacción, el recorrido por sus textos no ofrece al lector obstáculo alguno que impida entendimiento, sorpresa y admiración.

Esta afición por emplear el lenguaje invirtiendo su función para tratar de explicar productos, guisos y tradiciones, se corrige. Aun con todo, en esta España de finales de los setenta sigue siendo una tarea titánica hacer comprender al público en general el verdadero lugar que corresponde a la cultura gastronómica, la cual continúa



dividiéndose entre aquellos que la consideran coto privado o selecto, y aquellos para los que su falta de conocimiento y comprensión hace que sea catalogada como materia menor. De ahí que muchas de las personas implicadas y encargadas de su transmisión traten de llamar la atención a través de un lenguaje exagerado. Esta es verdaderamente una cuestión interesante y, en parte, superada. Y cabe decir que aquella pretensión de escribir por encima del hombro ha estado siempre asociada con materias que precisaban cierto grado de especialización, o que estaban acaparadas por sectores de la población al considerarse elevadas, demasiado ilustradas e inaccesibles para un público llano. Este ha sido durante mucho tiempo el caso del hecho gastronómico<sup>301</sup>. A día de hoy continuamos encontrando algunos ejemplos retorcidos que, en lugar de transmitir,



Otro buen ejemplo de la esmerada fotografía gastronómica puesta en marcha por la publicación.

confunden al lector porque valiéndose de exhibición hilan sin llegar a puerto, o llegan a él de manera acelerada. “Tendemos a pensar que la complejidad (sintáctica, léxica, gramatical) exige un alto grado de elaboración. La sencillez, en cambio, sugiere espontaneidad, naturalidad. En consecuencia, la complejidad debería ser más meritoria que la sencillez. Un viejo prejuicio que conviene combatir [...]”<sup>302</sup>. Posiblemente, éste, entre muchos otros, sea motivo por

<sup>301</sup> Esta ha sido una de las quejas de la que muchos de nuestros periodistas y escritores han hecho bandera. Tal es el caso de Manuel Vázquez Montalbán, por ejemplo.

<sup>302</sup> *Enlazando que es gerundio*, post del profesor Javier Mayoral Sánchez del Dpto. Periodismo I, Fac. CC de la Información (UCM) en <http://escrituraperiodistica.blogspot.com.es/2012/04/enlazando-que-es-gerundio.html#more>. [Fecha de consulta: 26.04.2012].

el cual, la revista, como veremos más adelante, apuesta por la clarificación.

Sea como fuere, la publicación *Club de Gourmets*, entendida en el contexto social en el que nace, el cual se ve en parte limitado por el aislamiento de años de dictadura, sin duda fue el primer paso para acercar la gastronomía al gran público, para divulgar la importancia de la gastronomía que, tanto en lo económico como en lo nutricional, era un campo por explotar. Y así lo demuestran sus contenidos, la mayoría de ellos y durante algunos años, elaborados por hombres.

Esta presencia masculina no debe asombrarnos, pues se reproduce en otras tantas redacciones de la época. La conquista laboral de la mujer apenas acaba de comenzar en nuestro país. Y al contrario de lo que ocurre en la actualidad, en la que las redacciones y la comunicación profesional va incrementado su rostro de mujer día a día, la proporción de colaboradores masculinos que refleja la revista no hace sino exponer la tendencia de la época, en la que la mujer trabajadora no sólo lucha por su reconocimiento sino también por su inclusión. Así, en los nueve números publicados durante 1976, la revista incluye la firma de veinte escritores o periodistas de renombre como lo son los literatos Miguel Delibes o Álvaro Cunqueiro; los antes mencionados: Luis Bettónica, que con frecuencia habla de los grandes cocineros cuando no se mete en cocina, Manuel Toharia, Juan Perucho festiva -cualidades y origen de productos-, o Xavier Domingo entre muchos otros que se encargan, por lo general, de introducir al lector en la gastronomía en su vertiente cultural o profunda, también la más viajera, la de licores y la festiva o glamurosa. A estos nombres tan sólo podemos añadir cuatro mujeres cuyas firmas acompañan a unos cuantos textos. Son: Olga Almonacid -con una serie de entrevistas estudiadas al Marqués de Desio y al especialista médico Santiago Martínez-Fornés, además de sendos reportajes sobre el queso manchego que se publica en dos entregas-; Lucía Castellón -cuyos textos están ligados al producto-; una viajera Carmen Sarmiento que nos descubre Nueva York y la comida de los aviones; y Pilar Navarro Rubio).

Durante su primera etapa, en la que la revista da a luz nueve números, los editoriales marcaron los focos de atención de la gastronomía del momento, señalando los temas de actualidad así como las corrientes que en lo gastronómico seguía o debía

seguir el país, también se anotaban lo acaecido en el resto de países, sobre todo los cercanos. Si el número uno daba cuenta del nacimiento de la revista, que venía a llenar un hueco demandado por el creciente interés del público en este sector; el número dos anotaba la relación existente entre ocio y gastronomía, opción con la que llamaba la atención a políticos y empresarios como forma de promoción y fuente de riqueza para el país. La subida del pan así como la revolución panadera que ha tenido lugar en España durante el año 1976 (cambian los formatos, se corrigen y amplían las normas, y se produce una subida de precios) acaparan la atención del número tres. Con el siguiente número, inmersos en el periodo estival, *Club de Gourmets* retoma el “veraneo gastronómico” con el que “huir de los humos contaminantes, de los ruidos ensordecedores, de las prisas forzosas”. Advierte la revista contra el mal entendido descanso, aquel en el que en lugar de descansar nos complicamos la vida, por eso propone algo que, todavía hoy, sigue siendo aspiración de muchos: no caer en manos de irresponsables o desalmados que basándose en imitaciones proponen recorridos vulgares y tours saturados con gastronomía de pastiche. Entonces, como ahora, no existía otra forma de lucha que atacar en este sentido que a través de la información, apostando por el conocimiento.

La educación estará siempre presente entre sus páginas. Así como hay que aprender a apreciar lo que se come, a degustarlo y digerirlo sin prisas, la revista llama la atención sobre el consumo desmesurado del alcohol porque “los que se indigestan y los que se emborrachan no son gastrónomos”<sup>303</sup>. A este tema dedica su editorial del número extra que agrupa los meses de agosto y septiembre de 1976 en un solo ejemplar. La revista advierte en el mismo que “el alcoholismo no debiera siquiera ser mencionado en una revista gastrófila porque está perfectamente claro que pertenece a un planeta distinto”. El motivo de traer el tema a colofón es el descontento de la revista y del sector de bebidas espirituosas con la campaña puesta en marcha para prevenir el consumo de alcohol.

La revista toma parte incidiendo en la negatividad de la campaña, la cual aconseja no beber; para *Club de Gourmets* -punto que compartimos hoy en día todos los

---

<sup>303</sup> Revista *Club de Gourmets*, nº 5/6, agosto/septiembre de 1976. Editorial. La frase se atribuye a Brillat-Savarin.



[illegible]

Génesis y Evolución de la Revista Gastronómica en España | Nuria Blanco Hernández | UCM

fiesta. “Gourmet debe ser todo el mundo”, insiste la publicación. Del mismo modo reclamará seriedad, por eso se va a posicionar reclamando al profesional de la cocina su responsabilidad pues es a él a quien “[...] le corresponde buscar las fórmulas de calidad entre la masificada y tantas veces mediocre producción [masiva] de alimentos”<sup>306</sup>.

La revista despedirá 1976 con alegría en un editorial navideño en el que no falta la crítica contra la industrialización que también se introduce en la gastronomía. Sin duda ha sido un buen año para *Club de Gourmets*, su proyecto va viento en popa, justo un mes antes, en noviembre, la revista recibía el Premio Nacional de Gastronomía otorgado por el ministerio de Información y Turismo junto a la Cofradía de la Buena Mesa<sup>307</sup>.

El número nueve, el último de su primer año de vida, va a ser un número muy especial porque además de incluir un loable reportaje sobre el transcurso de las navidades en el mundo, en sus páginas encontramos el primer reportaje dedicado por entero a un cocinero español. Se trata del texto titulado *La gran cocina de Juan Mari Arzac*, firmado por Ignacio Moranatti. La aparición del español llega tras ocho números publicados de la revista, en los que la gran cocina está representada por magníficos reportajes de Francia (con los chefs Bocuse en el nº 1, Raymond Thuilier -*Oustau de Baumannière*- en el nº 4, y Pierre y Jean-Baptiste Troisgros en el nº 7); Holanda (*Hotel Prinses Juliana*, chef Preyde); Giovanni Bindi (Giannino); y Bélgica (*Villa Lorraine* y el restaurante *Comme chez Soi*, regentado por Wynants, padre e hijo).

Moranatti describe en esta entrevista a un tímido y jovencísimo Juan Mari Arzak (34 años), orgulloso de su cocina y restaurante, un lugar “serio en el que comer, alegre en el trato, con sabor antiguo y sin descuidar el hoy”. En la entrevista el cocinero vasco confiesa haber encontrado su vocación, la cual todavía continua dándonos alegrías con su equipo, como cocinero y, recientemente, como padre de la mejor chef del mundo<sup>308</sup>.

---

<sup>306</sup> Ibid.

<sup>307</sup> Archivo digital de El País. Noticia publicada en el periódico el 2 de noviembre de 1976. [http://elpais.com/diario/1976/11/02/sociedad/215737214\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1976/11/02/sociedad/215737214_850215.html). [Consulta: 25.04.2012].

<sup>308</sup> La revista británica *Restaurant* concedió a la española, Elena Arzak, el premio a la mejor cocinera del mundo en 2012, el galardón ‘Veuve Clicquot’, que reconoce su “innovación, creatividad y determinación” en el mundo gastronómico.

A pesar de que la entrevista se centra en el restaurante de origen familiar y pasa de puntillas por la historia -cosa que no ocurre con el resto de chefs relevantes entrevistados-, la inclusión de Arzak, escrito entonces Arzac con 'c' final, es un primer síntoma de la incipiente relevancia de la cocina española, de su despertar que se debe en parte al deslumbramiento que en el propio cocinero causa su profesión cuando se ejerce fuera de nuestras fronteras. Es como si todavía no creyésemos el papel que la cocina española ha jugado en la historia, importancia que jugará un papel clave en el futuro. Pero todavía habrá que esperar pues a finales de 1976 la cocina española ocupa muy poco espacio en el panorama gastronómico mundial, en el que además juega con desventaja; unos puntos en contra acarreados por los largos años de aislamiento a los que ha sido sometido el país. No obstante, estamos en ese momento crucial de la historia de la cocina española. Arzak, primer chef español protagonista de la revista, está a punto de verse inmerso, junto a Pedro Subijana, en la reflexión y necesidad de una nueva cocina española, fruto de la cual surgirán grandes cocineros que con su visión y esfuerzo conseguirán que España lidere la cocina mundial durante los próximos años.

### ***3.2.8.1.2 Una mesa para la historia***

Enero de 1977 no puede comenzar en nuestro país de manera más tensa. Es el año en que un grupo de abogados laboristas formarán parte de nuestra historia más negra. A pesar de los sucesos, España, y con ella los españoles, demuestran de forma generalizada madurez y firmeza hacia la construcción de una sociedad justa y democrática, libre de fanatismos inútiles y sectarios.

1977 es también el año en que la revista *Club de Gourmets* cambia de formato, y de director. Pero principalmente será el año en el que la revista reproduzca las conclusiones y reflexiones aportadas por profesionales de la cocina y aficionados a la

gastronomía de la *I Mesa Redonda sobre Gastronomía*<sup>309</sup> que se celebró a finales de 1976. Un hecho que ha pasado a formar parte de la historia gastronómica de nuestro país.

Organizada en Madrid durante el mes de diciembre este evento se convirtió en un punto de inflexión en la cocina y cultura gastronómica españolas, en un antes y un después entre convencionalismos culinarios y la apuesta por una cocina nacional competitiva y a la altura de las grandes cocinas extranjeras que habían hecho de la alta cocina un feudo particular hasta el momento. La pronta organización de la mesa evidenció además una masa de cocineros e intelectuales, entre los que se posicionaron un selecto número de periodistas, también de gastrónomos y aficionados a la buena mesa, preocupados por la cocina nacional y dispuestos a trabajar por y para ella.

Aquella iniciativa no tenía precedentes en España. Profesionales y aficionados a la gastronomía convivieron durante varias jornadas en las que compartieron inquietudes y trabajo en relación con la cocina nacional sobre todo. “La promoción y el rescate de la cocinas regionales; la defensa de los vinos de calidad a través de una mejor educación enológica de los profesionales y de sus clientes; la reivindicación del aceite de oliva; la desaparición del poco afortunado ‘menú turístico’ obligatorio”<sup>310</sup>, fueron los principales temas, pero se debatieron muchos más. Los asistentes confraternizaron con un objetivo común: ensalzar la cocina española, recuperar la tradición no como imposición, sino como nexo común de una cocina cuyas raíces eran el patrimonio culinario del país. Apostando desde ese preciso momento por la ejecución de un trabajo donde no importase si el cocinero se decantaba por la cocina antigua o por la “nueva cocina”, una cocina donde lo primordial fuese la consecución de una buena cocina.

---

<sup>309</sup> La I Mesa Redonda de Gastronomía es el territorio común al que se acude en nuestro país para situar el nacimiento de la Nueva Cocina Vasca, gestada a partir de la observación de la ‘nouvelle cuisine’ cuya paternidad comparten Paul Bocuse, Michel Guérard, Jean y Pierre Troisgros y Alain Chapel, entre otros. De la mano de Pedro Subijana y Juan Mari Arzak, que contaron con la participación de otros relevantes cocineros, comenzó a gestarse una corriente de chefs que, involucrados al máximo en su trabajo, apostaron por el cambio cocinando, investigando y compartiendo sus descubrimientos.

<sup>310</sup> I Mesa Redonda de Gastronomía de Club de Gourmets. Revista *Club de Gourmets*, nº 10/11, enero/febrero de 1977. p. 48.

Con este punto de partida presente, el objetivo estaba claro, cada uno reinterpretaría la cocina española regional adecuándola al contexto gustativo y social del momento, influyéndole su personalidad y atendiendo a la calidad final.

Pero además, el carácter y la proyección internacional de aquel encuentro resultarían determinantes para comenzar a influir en la cocina española desde dentro. Dos “monstruos sagrados”, como los definió la propia publicación en el resumen que sobre la mesa publicó en el primer número de 1977, contribuyeron con su presencia a otorgar mayor relevancia a esta reunión dado que habían protagonizado su propia revolución culinaria dando un soberano carpetazo al decálogo culinario de Auguste Escoffier (1846-1935) donde la cocina resultaba pesada por la presencia de cremas y mantequilla. Paul Bocuse y Raymond Oliver trasladaron sus experiencias como representantes de la profunda evolución de la “nueva cocina francesa” (nueva, sabrosa, saludable, y con ideario -los diez mandamientos de la *nouvelle cuisine*-)<sup>311</sup>.

Juan Mari Arzak y Pedro Subijana fueron “los capitanes de la nueva cocina vasca” ambos “sintieron el crack en su interior, regresaron a casa y convencieron a una docena de amigos y apóstoles de que había que coger la merluza y sacudirla”<sup>312</sup>.

El periodista y escritor Víctor de la Serna Gutiérrez-Répide fue el moderador de esta primera Mesa. Junto a él se sentaron para debatir y exponer temas: Luis Bettónica, Néstor Luján, Manuel Llano Gorostiza y Andrés Vicente quienes se centraron en la enología, entre otros temas; y los cocineros Juan Mari Arzak, Paul Bocuse y Raymond Oliver.

En esta primera ocasión el veterano Bettónica expuso un tema que todavía nos resulta jugoso: los medios de comunicación y la gastronomía. Su ponencia sobre periodistas y escritores dedicados al ámbito gastronómico se remontó hasta el Ateneo griego, primigenio foro de discusión sobre gastronomía. Su repaso por la historia de la humanidad a través de la cocina fue el nexo cultural entre el hombre y la comida. Gran conocedor de la literatura gastronómica, recordó a los asistentes cuáles fueron las

<sup>311</sup> Pau Arenós, *La cocina de los valientes*. Barcelona 2011, Ediciones B., pp. 38-39.

<sup>312</sup> Pau Arenós, *La cocina de los valientes*. Barcelona 2011, Ediciones B., p. 45.

preocupaciones de nuestros antiguos como el arte de trincar al que durante la Edad Media se dedicaron textos y compendios, o el uso y abuso de especies en la cocina en el Renacimiento, para llegar al siglo XVIII y la Revolución Francesa que dio origen a la emancipación de la suntuosa cocina real y burguesa para instituirse en oficio popular ejercido en locales y negocios, al tiempo que fomentó la figura del escritor gastronómico. Bettónica describía entonces al escritor gastrónomo como “el autor que escribe de cocina no simplemente de manera técnica, es decir, no trata solamente el tema culinario, sino que trata de cocina desde un punto de vista literario, histórico, crítico y hasta podríamos decir didáctico, dirigiéndose al aficionado al buen comer”. Descripción que continua vigente y a la que suponemos igualmente sensible a las emociones que suscitan los alimentos, característica que ha estado siempre presente pero que en la actualidad incorporamos como singularidad de la alta cocina.

Se trata de un escritor gastronómico que evoluciona hasta llegar a convertirse en periodista gastronómico a mediados del siglo XX, aunque quizá sería más apropiado referir que es en esa mitad de siglo cuando comienza a consolidarse dado que dentro de nuestras fronteras podemos retroceder en el tiempo siguiendo su rastro hasta principios de siglo XX, momento en el que reconocemos el tímido auge del periodismo gastronómico. Sin embargo es lo suficientemente significativo como para que comience esta especialidad periodística con la publicación de las revistas que he mencionado con anterioridad (*El Gorro Blanco, Paladar, Menage...*), si bien es cierto que sus aspiraciones, salvo contenidos y textos excepcionales, eran evidentemente menos filosóficas y literarias.

En las ponencias de 1977 de la que fue *I Mesa Redonda sobre Gastronomía* asistentes y conferenciantes destacaron un incipiente interés por lo gastronómico; incluso Bettónica alude a un boom que traduce en la evidencia de que “la gastronomía parece haber perdido ese matiz de elitismo, ese matiz de exclusividad, ese matiz de cosa reservada al recalcitrante pecador de gula, al glotón epicúreo, al parásito de la sociedad” para situarse al alcance de todo aquel que quiera inmiscuirse en ella. Ese boom que propicia el acercamiento y despierta el interés por lo gastronómico comienza a brotar gracias a la aparición de *Club de Gourmets* que populariza la temática gastronómica y a cuya orilla nacen otras publicaciones gastronómicas como veremos.



Con el periodismo gastronómico de mediados del siglo XX reaparece el periodismo divulgativo en torno a la alimentación y la restauración, un periodismo en la que la crítica gastronómica, en mi opinión, tiene que ser el único punto de fricción, una fricción que sin ser sumisa o permisiva tenga por encima de todo vocación constructiva (no podemos obviar que el periodista responsable se debe a los lectores, quienes confían en su criterio para orientarse). Y a este respecto, resulta conmovedor comprobar como ya entonces, entre los asistentes a esta *Mesa de Gastronomía* se hallaban nombres vinculados al periodismo gastronómico como el propio Bettónica, o como Gonzalo Sol o José Guillermo Alcalde; éste último fue quien planteó la carencia de guías gastronómicas editadas en nuestro país. Como sabemos por las consiguientes y progresivas apariciones de guías gastronómicas y enológicas, esa sería la siguiente asignatura del sector editorial gastronómico en España. Entre Gonzalo Sol, José Guillermo Alcalde y Luis Bettónica se estableció entonces el que sigue siendo un infinito diálogo entre la crítica y lo gastronómico en relación con lo que ha de contarse y lo que no.

“Durante el coloquio, muy animado, que siguió a la disertación de Luis Bettónica, José Guillermo Alcalde planteó el problema de las guías gastronómicas lamentando Bettónica la carencia de guías serias sobre toda España, realizadas en España. En cuanto a ser duros explícitamente con los restaurantes malos, como sugería Alfonso Carreño, en vez de sencillamente silenciarlos –de lo que se mostraba partidario Gonzalo Sol-, Bettónica se mostró de acuerdo, pero sólo cuando se tenga resuelto el problema, pendiente, de la información sobre los *buenos* restaurantes”.

*Club de Gourmets* nº 10/11, enero/febrero de 1977

Manuel Llano Gorostiza aludía entonces, en su intervención, a los problemas que padecía el sector vinícola y el retraso que con respecto a Francia tenía España en relación con las Denominaciones de Origen. La confusión de las añadas (en estos momentos los reglamentos del Consejo Regulador hacía que “fuesen obligatorios los ‘coupages’ de caldos de distintos años y distintos pagos”<sup>313</sup>) que impedían diferenciar el producto (el vino) con la definición y claridad que se merece, fue otro de los temas principales que abordó la Mesa.

---

<sup>313</sup> *Club de Gourmets*, nº 10/11, febrero de 1977. p.p. 50-51.

En cuanto al proceso culinario, a la creación e innovación de la cocina, Raymond Oliver, propietario del restaurante *Le Grand Véfour*, representaba entre los asistentes la materialización del eslabón entre lo tradicional y lo nuevo. Oliver explicó cómo a pesar de su edad, Michel Guérard, los hermanos Troigros, etc. junto a los representantes de la *nouvelle cuisine*, comulgaban con este movimiento que había renovado la cocina francesa.

Tanto Bocuse como Oliver dejaron claro que la Revolución Francesa popularizó la gastronomía, que el orden de las comidas se impuso con la llegada de Napoleón III, que la codificación de Escoffier, cuya “Biblia sirve hoy de fundamento a la nueva cocina francesa” fueron fundamentales para llegar al punto alcanzado entonces en Francia.

Fue Paul Bocuse quien con su libro *Cocina de mercado* acababa de plasmar la sencillez y la apuesta por los productos frescos de temporada y, aunque hasta enero de 1980<sup>314</sup> los españoles no dispusimos de un ejemplar para ser leído en nuestra lengua, su aparición catapultó definitivamente el nuevo concepto de cocina, con propuestas y argot propio.

Durante su intervención Bocuse defendió la cocina francesa de base tradicional afirmando entonces que “si a la cocina francesa se le quita la crema, la mantequilla y el vino, ya no es cocina francesa”<sup>315</sup>. Acto seguido el chef reivindicaba la formación del cocinero al tiempo que insistía en que la sencillez y la calidad de los productos eran los fundamentos de la nueva cocina, y “en Lyon –puntualizaba- hay muy buenos productos”<sup>316</sup>.

Aquellas palabras y la alusión al producto fueron absorbidas rápidamente por los cocineros españoles presentes en la conferencia. Arzak, que fue uno de los primeros cocineros en convertirse en cocinero-propietario de un restaurante, y, Pedro Subijana; ambos asimilaron lo dicho y un año después protagonizarían, junto a otros grandes

---

<sup>314</sup> Paul Bocuse divulga, en español “el secreto” de su cocina. Art. El País digital, consulta 14.05.2012. [http://elpais.com/diario/1980/01/24/ultima/317516404\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1980/01/24/ultima/317516404_850215.html)

<sup>315</sup> Ibid., p. 52.

<sup>316</sup> Paul Bocuse, I Mesa Redonda de Gastronomía, *Club de Gourmets*, nº 10/11, febrero de 1977, p. 53.



cocineros españoles entre los que se encontraría una mujer, María Jesús Fombellida, la *II Mesa Redonda de Gastronomía* organizada por la revista *Club de Gourmets* que en esa ocasión escogería San Sebastián como sede del mítico encuentro. El mismo ha pasado a la historia como el gran encuentro en el que los cocineros españoles comenzaron su propia emancipación, ganando seguridad y confianza, apostando por la investigación.

En cuanto a cuestiones más técnicas, 1977 es el segundo año para la revista en que vuelve a tentar al mercado con su oferta. Y es el año en el que reduce la dimensión de sus páginas (27,5 cm de alto x 20,5 cm de ancho) por la estandarización y homologación a la que es sometida la prensa semanal y mensual. La revista inaugura el año con un número doble que engloba los meses de enero y febrero. En su editorial explicará los cambios y el abandono de Pedro Barceló como director de la revista. Lo que ocurre a partir del próximo número que hace el duodécimo de la publicación:

“Pedro Barceló deja con este número la dirección de CLUB DE GOURMETS. Requerido por otros quehaceres profesionales, se ve en la imposibilidad de compartir su tiempo entre ellos y la dedicación que hasta ahora prestaba, desde su número primero, a nuestra revista”<sup>317</sup>.

La revista emplaza a Barceló como “futuro colaborador en la defensa y exaltación de los valores genuinos de la Gastronomía”<sup>318</sup>. Y como tal aparecerá en las páginas de la revista con una la sección ‘Comer en el aire’, centrado en la comida ofrecida en los vuelos.

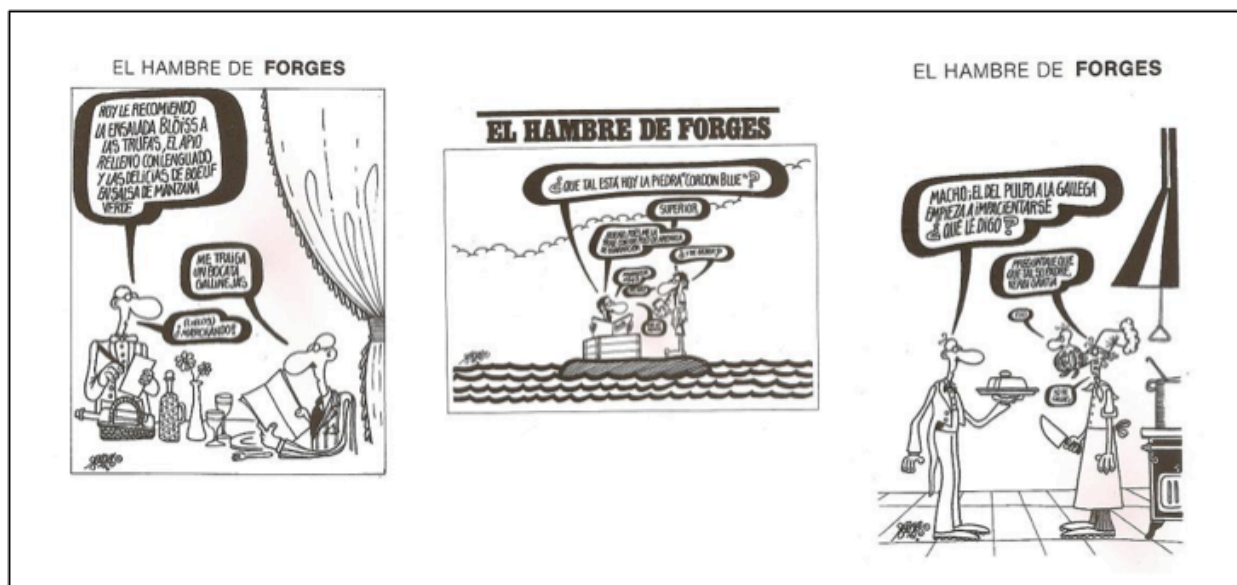
La dirección queda ahora por tanto en manos de Francisco J. López Canís; el editor ejecutivo de la publicación será Víctor de la Serna; Canís y Víctor de la Serna contarán con el asesoramiento editorial de Luis Bettónica quien compagina esta labor con la redacción de contenidos.

Otro cambio interesante es la incorporación, desde el mes de enero de este año, del dibujante Forges, quien desde su primera aportación humorística despierta la reflexión del lector al que arranca una sonrisa mordaz. La inclusión de humor en la revista responde al deseo de los lectores, que ya en el número 12 del mes de marzo del

<sup>317</sup> *Club de Gourmets*, nº 10/11, febrero de 1977. Editorial.

<sup>318</sup> *Ibid.*

año anterior, incluían entre las demandas de sus intereses el humor. Será la inclusión de las viñetas de Forges las que proporcionen una perspectiva diferente sobre el estado de la alimentación en el mundo, más que sobre la gastronomía.



Con su particular punto de vista, sus viñetas son una llamada de atención, un golpe a la conciencia del lector al que incita a reflexionar sobre las posibilidades de los platos ajenos. Su espacio se titulará 'El Hambre de Forges', pero apenas dura unos meses. La última viñeta de Forges aparece publicada en el número 14 del mes de mayo de este año. Ilustraciones y dibujos continuarán de la mano de Cabezas.

Esta nueva etapa llena de cambios técnicos y estéticos se abre con el anuncio de la inclusión de una nueva sección, 'Rutas del Fin de Semana', y con el deseo de superar algunos inconvenientes técnicos y de distribución, y con la esperanza de que esta nueva fachada tenga consecuencias positivas.

La veda para los gastronómadas<sup>319</sup> se abre, y a partir de este número, los lectores podrán vivir en primera persona las experiencias propuestas. 1977 es el año en

<sup>319</sup> Gastrónomos viajeros. El concepto tan de moda hoy en día ya estaba siendo utilizado por la revista como parte del vocabulario propio y diferencial.

el que la revista incita al lector a viajar introduciendo entre sus prioridades los placeres del paladar.



Dos ilustraciones de Cabezas publicadas por la revista (nº 16 y 17-18 de 1977).

*Club de Gourmets* se profesionaliza en contenidos y estilo. Incluye más datos en su staff, como el listado de corresponsales, los cuales quedan así formalizados, además de dar cuenta de colaboradores y personal auxiliar y administrativo. La revista continuará ligada a la calle del Capitán Haya, número 48 de Madrid, hasta junio de 1977 cuando se traslada la redacción a la calle de Cristóbal Bordiú, nº 13. Traslado al que seguirá alguno más, años más tarde.

Con el número 15 *Club de Gourmets* aumenta de precio (de 100 pasa a costar 125 pesetas) y reduce su grosor -entre 66 y 74 páginas dependiendo de los números-.

Vuelven a participar en la publicación escritores de renombre como Miguel Delibes, Álvaro Cunqueiro o Néstor Luján quien será el responsable de resolver las preguntas de los lectores. Si antes, la revista ofrecía el mismo lugar pero al estilo más tradicional, es decir, titulada 'Cartas al director', en el número 13 del mes de abril de 1977, el espacio pasa a ser el gabinete de Luján ('Néstor Luján responde'). Dicha sección quiere ser un espacio de agitación donde los lectores hallen respuestas a sus posibles

interrogantes en materia gastronómica. Así de sencillo y modesto se explica el escritor, maestro de periodistas:

“La dirección de la revista *Club de Gourmets* (CG) me ha encomendado esta sección que parece ser tan necesaria dadas las consultas que han llegado en estos últimos números. Algunos lectores escriben preguntando detalles, datos, informaciones, precisiones históricas y han creído que sería conveniente cuando estas inquisiciones puedan tener una respuesta de interés general, se publicaran en estas páginas. La revista *Cuisine et Vins de France*, que ha sido una de las mejores revistas gastronómicas de nuestro tiempo, tenía una sección encomendada a un gran erudito, con el título de ‘Jean Desmur tiene respuesta para todo’. Ni yo soy, desgraciadamente, tan erudito como Jean Desmur ni creo que tenga respuesta para todo lo que me preguntan. Pero aquí estaré cotidianamente intentando satisfacer la curiosidad de los lectores de CG”<sup>320</sup>.

Esta sección desaparece con la publicación del número extra de agosto/septiembre de 1978; en cambio la participación de Luján continuará durante algunos años más.

Asimismo son nuevas secciones: ‘Shopping’, ‘Mesa revuelta’ y ‘Grandes Gastrónomos’. Esta última es una excelente recopilación de los grandes nombres de la historia vinculados a la buena mesa, la cocina y su cultura. La primera entrega de ‘Grandes Gastrónomos’ aparece en el número 21 del mes de diciembre de 1977, y, como por otra parte resulta bastante lógico, está protagonizada por el General Lúculo. Le seguirán con posterioridad Grimond de la Reyniere, Talleyrand, Alejandro Dumas, Rossini, Brillat-Savarin, el Doctor Thebussem, el mariscal Richelieu, Battista Platina y Luis XVIII de Francia con quien la sección despide el año 1978. Julio Camba, el Barón Brisse y Curnonsky son algunos de los últimos personajes que Néstor Luján firmará con su nombre. A partir del número 39 de 1979 la serie vendrá firmada directamente por Pickwick, seudónimo que tomaría de un personaje de Charles Dickens (Samuel

---

<sup>320</sup> *Club de Gourmets*, nº 13, abril de 1977. Sección ‘Néstor Luján responde’, p. 62.

Pickwick), bajo el que Luján escribirá en otras publicaciones de la época como la revista *Destino*.

*Club de Gourmets* continúa ofreciendo una guía regional con cada número además de dedicar gran parte de sus páginas a los grandes reportajes sobre cocineros protagonistas del momento, así como de lugares singulares y de interés turístico, y, cómo no, sobre restaurantes. También mantiene el espacio reservado para el producto bajo un enfoque monográfico en el que cada firmante desvela desde la procedencia a la estacionalidad y la mejor forma de cocinarlo o consumirlo.



Theo Stols, uno de los 'gastrónomas' de la revista especializada. Imagen *Club de Gourmets*.

Alfonso Sánchez inaugura el 'Bloc de un gastronómada', serie que cambiará de nombre a partir del número 15; entonces vendrá firmada por Theo Stols y la sección se titula como 'Memorias de un gastronómada'. En este espacio Stols introducirá notas de otras cocinas como la milenaria cocina japonesa. La sección entona todavía más con la inclusión de 'Rutas del Fin de Semana', "un nuevo servicio para el 'gourmand' viajero"<sup>321</sup> que aparece en el número doble del mes de enero (nº 10/11, enero/febrero). Así como con algunas de las entrevistas a personajes relevantes, que entroncan lo culinario y gastronómico con otro tipo de actualidad cultural que vendrán firmadas por Juan Armengol.

La presencia del vino va en aumento y no hay ni un solo número en que no esté presente de manera individualizada y destacada. La revista incluye en su empeño por construir una verdadera cultura del vino, una serie de 'etiquetas coleccionables', en cuyo dorso se explica la procedencia, las características técnicas del vino, sus particularidades en boca y consejos sobre su maridaje. No sólo se publica información sobre bodegas sino

<sup>321</sup> Revista *Club de Gourmets*, nº 10/11, enero y febrero. Número especial que abarca ambos meses publicado en enero de 1977, p. 56.





Eugénie Brazier la primera que consiguió colocar el nombre de una mujer en la famosa y prestigiosa Guía Michelin.  
*Club de Gourmets*, nº 14, mayo de 1977.

que se encargan reportajes sobre el vino de las distintas regiones españolas y sus variedades, la innovación que están implantando ya muchas bodegas además de introducir al lector en viñedos de otras tierras más allá de nuestras fronteras. La correcta conservación del vino, la construcción de la bodega y la presentación en el nº 12 de la revista del club 'Vino selección', demuestran la apuesta clara de la publicación por el mundo del vino en perfecta comunión con su público mayoritario y la armonía entre publicaciones.

Y durante todo este tiempo a lo largo de sus páginas apenas se incluyen nombres de mujer. Dirección y redacción son absolutamente masculinas con la excepción del reportaje de Isabel Ortiz Muguruza dedicado a la cocina inglesa que aparece en el número 19 del mes de octubre. La presencia femenina no va más allá de los espacios publicitarios, la recomendación de recetarios y su inclusión en algunas de las fotografías. Durante el año 1977 tan sólo tres mujeres acaparan la atención de *Club de Gourmets* como protagonistas de informaciones.

Nestor Luján firma el homenaje que la revista (y todo buen gastrónomo) realiza a Eugène Brazier<sup>322</sup>, recientemente fallecida. La cocinera fue la primera mujer capaz de incluir su cocina y sus locales en la guía Michelin con tres estrellas, y a la que la revista despide con profundo respeto.

Durante años esta mujer fue la responsable de dos impresionantes restaurantes: la *Mère Brazier* de Lyon y la *Mère Brazier* de Col de la Luère, donde comenzó un por entonces aprendiz de apellido Bocuse. Ambos locales ofrecían una cocina fresca y sencilla que supo encandilar con asados, embutidos locales, pescados, aves y carnes a los que la mère Brazier transmitió sapiencia y originalidad. El número 14 incluye además una succulenta entrevista a Josep Plá firmada por Luis de Blanes con fotos de Leopoldo Pomés.

Juan Armengol entrevista a Montserrat Caballé en el número 15 del mes de junio. Y J. M. Visea Bustamante da cuenta de los viajes y vida social -en los que la gastronomía está presente- de Esperanza Ridruejo (la familiar *Pitita*).

Sensible con el resto de las economías y haciendo gala de imaginación destaca el reportaje publicado por la revista en el número extra de agosto-septiembre (nº 17-18), el cual da las claves para *Comer por menos de 300 pesetas*. Lo que no está nada mal si tenemos en cuenta que podíamos encontrar precios como estos en los principales mercados: rape 600 pts/kilo; merluza 455 pts/kilo; costillas de cordero 420 pts/kilo; melocotones 100 pts/kilo; cerezas de 100 a 250 pts/kilo (dependiendo de la calidad).

El segundo gran chef nacional que aparece de forma destacada en *Club de Gourmets* es Pedro Subijana quien, junto a Juan Mari Arzak, marcan el *tempo* de la cocina española con los ritmos de una nueva generación. Subijana es protagonista del número 20 del mes de noviembre de 1977, y, aunque la revista ha prestado atención a numerosos locales ubicados dentro de la geografía española, siempre lo había hecho con visión de conjunto. La personalización de la cocina la hallamos con la inclusión de Arzak y Subijana, en primera instancia, el primero en 1976 y el segundo en 1977; son los grandes chefs del momento a los que la publicación dedicará espacio. A ambos les

---

<sup>322</sup> Revista *Club de Gourmets*, nº 14, mayo de 1977. *In memoriam: La mere Brazier*, por Néstor Luján. pp. 4-5.

seguirán, a lo largo de sus más de treinta y cinco años de vida y hasta la actualidad, tantos otros grandes nombres de cocineros y cocineras -siempre en clara minoría- que han encumbrado la cocina española de la que hoy nos sentimos tan orgullosos.

Con el subtítulo 'Una deliciosa, imponderable nueva cocina vasca' Luis Bettónica se introduce en *Akelare* (Akelarre) donde el lector encuentra uno de los primeros laboratorios de ciencia culinaria de nuestro país.



Una foto para la historia gastronómica de España (1977).

Ponentes y asistentes a la I Mesa Redonda Sobre Gastronomía organizada por *Club de Gourmets*. Entre ellos se encuentra Paul Bocuse (tercero por la derecha) y Francisco J. López Canís, Editor Ejecutivo de la revista (segundo por la izquierda).

### **3.2.8.1.3 Mesa y revista se consolidan**

El tercer año de vida de *Club de Gourmets* no puede comenzar con mejor pie. La revista que cuenta con la experiencia de año y medio de andadura va a apostar de nuevo por los contenidos y el prestigio de las firmas. Aunque dichas firmas y contenidos sean prácticamente masculinas, el éxito y interés del público hacia lo gastronómico contribuirán a la apertura y el acercamiento temático de la gastronomía profesional al público. Y también acercará la gastronomía a los futuros profesionales del periodismo.



Será a partir de los años ochenta cuando se vayan incorporando firmas que nos son conocidas y de las que afortunadamente continuamos disfrutando.

La publicación inaugura 1978 con una excepcional portada que también ha pasado a formar parte de nuestra particular historia gastronómica del siglo XX. Una foto de familia en la que posan los cocineros que participaron con sus cocinas en el segundo encuentro sobre gastronomía celebrado en esta ocasión en San Sebastián. Uno de los temas principales de este número será, como es lógico, la *II Mesa Redonda Sobre Gastronomía*, pero además la revista dedica un emotivo homenaje a Chema Zugasti, colaborador de la publicación cuyo repentino fallecimiento conmovió a todos los congregados en diciembre en San Sebastián dado que fue uno de sus participantes; la revista incluye entre sus páginas las conclusiones que Zugasti dejó elaboradas antes de su muerte.

Este primer número de 1978 es doble y con él se vuelen a agrupar los meses de enero y febrero en un solo ejemplar. En su editorial *Club de Gourmets* muestra su satisfacción por el éxito alcanzado en San Sebastián, capital gastronómica donde han acudido “periodistas y profesionales del máximo prestigio” que divulgaron en diferentes medios de comunicación las conclusiones de ponencias y debates de la *II Mesa Redonda Sobre Gastronomía*. La constitución de este foro nació como espacio para la reflexión gastronómica, y su segunda edición, que contó con la colaboración de la Cofradía Vasca de Gastronomía, se convirtió en el escaparate de la Nueva Cocina Vasca la cual acaparó buena parte de crónicas y reportajes.

El tema principal, las cocinas regionales, surgió de la edición anterior y fue planteado desde el punto de vista gastronómico y el ángulo profesional. La revista recoge así la sugerencia de la mayoría de participantes en la I Mesa Redonda Sobre Gastronomía. “Un tema seductor [...] que se justifica plenamente y que nos parece oportuno que se trate de él en nuestros días [...] puesto que las cocinas regionales españolas, con la gracia de lo auténtico y de lo popular, son algo entrañable para cada uno de nosotros”<sup>323</sup>.

---

<sup>323</sup> Revista *Club de Gourmets*, enero/febrero de 1978, p. 14.

La mayoría de ponentes y conferenciantes de la segunda edición celebrada a finales de 1977 en San Sebastián fueron propietarios de restaurantes, chefs y directores de establecimientos, así como diferentes profesionales del sector que entendían su negocio como “el arte de la restauración pública”<sup>324</sup>. La revista toma nota de las demandas de estos profesionales con lo que ya se percibe la configuración del gran mercado que será el futuro *Salón de Gourmet*<sup>325</sup>, el cual va construyéndose sin que siquiera sus responsables sean todavía conscientes de su concepción. De hecho, la revista explica cómo este tipo de reuniones se llevan celebrando en Francia con asiduidad desde hace algún tiempo pero no al nivel de la realizada en España. Así, varios asistentes del país vecino “no escatimaron elogios” a la iniciativa puesta en marcha por la revista, y se sorprendieron incluso del carácter profesional de la Mesa, cuyo objetivo no era otro que la consecución de la máxima calidad y profesionalidad de cocinas y establecimientos fomentando, por un lado la filosofía gastronómica, y por otro, divulgando las bondades de los productos de calidad.

El prestigio y el éxito de la II Mesa es más que evidente porque a juicio de la publicación “los conferenciantes” han justificado la fama por la que venían avalados; los coloquios han reflejado el alto nivel gastronómico de los asistentes. Y porque “las cenas propiciaron conocer en su justa y positiva dimensión a los integrantes del grupo ‘Nueva Cocina Vasca’ que fueron los responsables de elaborarlas”. La única ausencia destacada fue la del veterano gastroperiodista Néstor Luján debido a un problema de salud: “[...] un contratiempo, el accidente gastronómico padecido por nuestro colaborador, amigo y conferenciante Néstor Luján que le impidió desarrollar su ponencia y participar en todos los actos previstos”. Sin embargo, un atento moderador, Luis Bettónica, leyó minuciosamente el texto elaborado por Luján sobre la cocina gallega elaborado para tal ocasión.

Los integrantes de la denominada Nueva Cocina Vasca que participaron en ponencias y debates y que ofrecieron sus cocinas a los asistentes serían:

---

<sup>324</sup> Editorial revista *Club de Gourmets*, enero/febrero de 1978, p. 11.

<sup>325</sup> El *Salón de Gourmets* nace en 1986. Se celebraba en la Casa de Campo pero, a partir de abril de 2009, con la celebración del vigésimo tercer salón cambia de escenario. Dada la complejidad y las dimensiones del evento que congrega cada año a miles de personas (entre profesionales y aficionados), *Salón de Gourmets* se traslada a los pabellones de Feria de Madrid.

Luis Irizar y Javier Zapiraín (Restaurante Gurutze-Berri de Oyarzun)

Manuel Iza y Jesús Mangas (Restaurante Jaizubia de Irún)

Ricardo Idiaquez (Restaurante donostiarra Txomin)

Pedro Gómez (Restaurante Romantxo en Irún)

Juan María Arzak (Restaurante Arzak, San Sebastián)

Pedro Subijana (Restaurante Akelarre, San Sebastián)

José Castillo (del Hostal Castillo de Beasaín)

Ramón Zugasti (Restaurante Aranzabi, Amasa)

Patxiku Quintana (Restaurante Patxiku, San Sebastián)

María Jesús Fombellida (Panier Fleuri, Rentería)

Representantes de la Nueva Cocina Vasca. II Mesa Redonda Sobre Gastronomía<sup>326</sup>.

Los restauradores encargados de explicar (y representar) el culto al producto y el respeto a la cocina regional, eje de la segunda Mesa, al resto de participantes y asistentes fueron: Ramón Cabau (del restaurante barcelonés *Agut d'Avignon*), Raimundo González (del *Rincón de Pepe* en Murcia) y Luis Irizar (del restaurante *Gurutze-Berri* en Oyarzun, Guipúzcoa). Los tres testimoniaron cómo los platos regionales contaban siempre con la aprobación del público.

Opinión que compartieron los ponentes internacionales, Michel Guérard y Pierre Troisgros, dos de los maestros de la cocina francesa acreditados por su puntuación e inclusión en las mejores guías gastronómicas del momento. La idea principal que se trabajó desde diferentes ángulos y de la que dio muestra la Nueva Cocina Vasca fue la



El chef francés Pierre Troisgros.

---

<sup>326</sup> Celebrada en diciembre de 1977.

promoción de las cocinas regionales españolas necesitadas de aliento y creación. Y aunque “por razones del programa fue necesario limitarse a cuatro regiones -Cataluña, Murcia, País Vasco y Galicia-”<sup>327</sup> el tema no quedaría agotado, sino que se apuntalaron sus cimientos.

De la cocina catalana, Ramón Cabau desgranó sus esencias, el uso de sus dos grasas (la manteca, de origen animal, y el aceite de oliva de origen vegetal) que otorgan peculiaridades y que con su dualidad representan la cocina rural y la cocina marinera típica de los enclaves mediterráneos. Habló de la cocina de invierno como el cocido catalán o la típica *‘escudella i carn d’olla’*, de las influencias foráneas (pastas como los



Michel Gérard autor de la *‘cousine minceur’*, (la cocina de la esbeltez).

canelones y los macarrones, las sopas de pescado, el tremendo mimo a un plato de culto como el bacalao) y de las grandes pérdidas (como la permanencia de la cocina burguesa del XVII cuyas huellas están presentes en las cuatro salsas básicas: el sofrito, la samfaina, la picada y el allioli). Una cocina rica, variada, vegetal, carnívora, marinera, una cocina regional ejemplar, donde el producto de temporada posee calidad.

La “bella desconocida” fueron los adjetivos que acompañaron a la reflexión sobre la cocina murciana, a la que Raimundo González se refería como “rica y diversa”, y a la que de manera injustificada y con frecuencia se catalogaba como una cocina de “pan y cebolla”. Aludiendo a ese territorio de síntesis que es la región de Murcia (“ni valenciano, ni castellano, ni andaluz”) y con la influencia de siglos de intermitencias culturales, Raimundo González nombraba el río Segura, gracias al cual se sustentan aquellas tierras. Con ecos levantinos, aragoneses, castellanos, árabes, griegos, fenicios, cartagineses, romanos y visigodos se ha construido la identidad de la cocina murciana que, sin embargo, “no tiene ningún plato que

<sup>327</sup> Revista *Club de Gourmets*, enero/febrero de 1978, p. 14.

destaque por encima de los demás” porque tal y como explicaba Raimundo González, “si hablamos de merluza, pensamos en el País Vasco; si hablamos de *mongetes*, en Cataluña; si hablamos de fabada, en Asturias”. Palabras que le sirvieron para reclamar los platos de arroz<sup>328</sup> como elemento identitario (arroz con tomillo y conejo; arroz con caracoles serranos o con albóndigas; arroz viudo, delicado y vegetal; arroz con corazón de la huerta; arroz de caldero, marinero y singular...), sobre el que gira una cocina interior de rico mundo vegetal que sirve de nexo, y otra cocina exterior con aire de mar (lubina a la sal, diminutos langostinos, huevas de mújol...), sin olvidarnos de postres y dulcerías (yemas de Caravaca, libricos de Yecla, sequillos de Jumilla, torrijas de Bullas, cordiales de Pacheco...).

En esta *II Mesa Sobre Gastronomía* sobresale ya la necesidad de acudir al mercado, de crear una cocina de temporada para alcanzar esa calidad de la que todos hablaban. Y fue el catalán Ramón Cabau el que mejor rematase este asunto que cada día se torna más complejo debido a una mala interpretación sobre la explotación de cultivos y el aumento de las poblaciones a las que alimentar. Cabau terminaba entonces su intervención aludiendo a esa temporalidad de los productos que se encuentran “en estado de gracia; está por inventar la técnica que permita conservar ese estado de gracia de unos guisantes recién cogidos, de unos pulpos o de unos salmonetes recién pescados, de unas codornices silvestres, de unas fresas de bosque”.

Del resto de ponencias, destaca la de Manolo Llano Gorostiza, que la revista presenta como “una de las máximas autoridades españoles de vinicultura”. “Con seguridad y sin ambages” Gorostiza dedicó su intervención a los “no pocos problemas que el vino presenta en nuestro país y, concretamente, en nuestros restaurantes”<sup>329</sup>.

José María Busca Isusi y Luis Irizar pusieron las notas etnográficas a la gastronomía sintetizando el desarrollo histórico de la cocina vasca absoluta protagonista debido en parte a la propia ubicación del evento (San Sebastián) y por ser la cocina (esa

---

<sup>328</sup> Me parece relevante señalar este argumento por la infinidad de documentos que Raimundo González manejó para reclamar esa potestad sobre el arroz. Remontándose a noticias y documentos del siglo XIV, mencionó incluso el famoso ‘arroz bomba’ que aseguró “genuinamente calasparreño”. En *Club de Gourmets*, nº 22/23, enero/febrero de 1978, p. 18.

<sup>329</sup> Ibid., p. 14.

gran y nueva cocina vasca) sobre la que se desarrolló a posteriori la confraternización que siempre se gana con una buena mesa.

Tanto Isusi como Irizar se remontaron a la Edad de Piedra para comenzar a relatar la historia de la alimentación del pueblo vasco. Al escenario saltaron los grandes productos y recetas del País Vasco (kokotxas, bacalao al pil-pil, marmitako, txipirones, txangurro...). Isusi, refiriéndose a José María Iribarren, reivindicó para Navarra un invento muy importante: el de la tortilla de patatas. Explicó Isusi a los asistentes que las patatas llegaron a España portadas por la intendencia de las tropas napoleónicas y que fue “alguna cocinera de la zona media de Navarra quien tuvo la ocurrencia de mezclar las patatas asadas -los soldados franceses comían las patatas asadas sobre ceniza- con huevo”<sup>330</sup>. El invento no contó con la aprobación de la Iglesia que sólo admitió el “exótico tubérculo como pago de diezmos y primicias, a partir de la invención de la tortilla de patatas”. De igual modo este conferenciante reclamó para Navarra el honor de haber iniciado las técnicas de congelación de productos alimenticios: “En esta técnica hemos sido pioneros porque la primera factoría de productos congelados está precisamente en Navarra”.

Como vemos la “II Mesa Sobre Gastronomía” abordó la gastronomía desde muchos ángulos, no sólo se habló de cocina, sino de historia, tradición e innovación, y del presente y futuro de la cocina española. También de lo que un valiente Mateo Bosch, director entonces del Hotel Eurobuilding de Madrid clasificó como “la decadencia de la cocina hotelera”<sup>331</sup> en la que la cocina regional podría ser una vía de salvación. La otra, a deducir por sus palabras, llamar a las cosas por su nombre y no aplicar excesiva literatura en el menú con la que pretender infundir prestigio al establecimiento.

El carácter internacional de las conferencias contribuyó y mucho al prestigio de la Mesa, tanto como la publicación y divulgación en diferentes medios de lo allí acontecido. Los franceses Pierre Troisgros y Michel Guérard (creador de la *cuisine minceur*<sup>332</sup>) acapararían buena parte de la atención del público y, posteriormente, de los

---

<sup>330</sup> Ibid., p. 18.

<sup>331</sup> Ibid., p. 20.

<sup>332</sup> Cocina para adelgazar.



lectores. Era lógico, la amplísima experiencia y evolución histórica de la cocina francesa más su privilegiada posición del momento, convertía a ambos chefs en una preciada fuente de conocimiento. Troisgros introdujo al auditorio en la historia gastronómica francesa, y en el *affaire* publicitario que rodeaba la *nouvelle cuisine*. También se refirió al papel de la prensa como conector entre públicos y restaurantes, destacando “la eficacia e importancia notabilísima del apoyo que la prensa francesa ha prestado a la *nouvelle cuisine*”, contribuyendo al “interés por la gastronomía y la restauración pública que son atractivos turísticos indiscutibles y, por consiguiente, conspicuas fuentes de divisas para el país”. Un terreno en parte por explotar en nuestro país tanto en los establecimientos como en el ámbito periodístico que, progresivamente, quizá con demasiada parsimonia, ha ido introduciendo lo gastronómico entre sus páginas y espacios. Finalmente, evidenciando la transformación de la cocina francesa que buscaba nuevas fórmulas basadas en lo auténtico y lo natural, en línea con las necesidades de la sociedad del momento, el chef de Roanne explicaba henchido de orgullo que había nacido una generación de cocineros “preocupados por la calidad [de los productos] y la digestión de sus clientes”. Este aire nuevo es precisamente el que absorberían nuestros cocineros con los que comenzaría la construcción de la alta cocina española que, al igual que la *nouvelle cuisine*, apostaría por lo “fresco y regional” (esa cocina de mercado divulgada por Bocuse) para reinterpretar buena parte de las grandes recetas del país que la Nueva Cocina Vasca estaba trabajando.

La libertad en la cocina, la transgresión culinaria previa a la experiencia y el profundo conocimiento fueron los puntos que abordó Michel Guérard. En su intervención haría hincapié en que la cocina siempre había sido el producto de una serie de técnicas depuradas pero que ahora chefs como ellos añadían “imaginación, libertad creadora, *esprit*”<sup>333</sup>.

La aportación de los chefs españoles, con su cocina y con su voz, junto con la de los dos grandes chefs franceses, y el resto de profesionales vinculados de alguna manera con la restauración, fueron muy significativas en esta ocasión para promocionar

---

<sup>333</sup> Intervención de Michel Guérard en la *II Mesa Sobre Gastronomía* del Club de Gourmets. En revista *Club de Gourmets*, nº 22/23, enero/febrero de 1978, p. 22.

socialmente la labor profesional del cocinero con la dureza de sus horarios y la alteración de su vida personal.

Con el éxito de la *II Mesa Redonda Sobre Gastronomía* la revista *Club de Gourmets*, convencida de la relevancia del acontecimiento y soportando un gran desembolso económico no dejaba escapar la ocasión para instar, en su editorial, a la participación de un mayor número de empresarios con los que sufragar los costes de la organización:

“[...] a nadie se le esconde que una organización como ésta requiere por parte de Club de Gourmets un empeño, no sólo de trabajo sino también financiero, muy considerable. Desde luego, nuestra revista no puede hacer frente a la grave pérdida económica que supone la organización de la mesa redonda si no cuenta con una más numerosa participación de los restauradores. Entendemos que estas reuniones son útiles sobre todo para ellos, así como para las empresas paralelas, como las vinícolas o alimentarias, que a través del contacto directo con sus clientes, precisamente los restauradores, pueden desarrollar sus actividades de una manera muy eficaz.

Esperamos, por tanto, contar, para sucesivas ediciones de nuestra mesa redonda sobre Gastronomía, con un mayor apoyo de los restauradores y los empresarios del sector, porque nos parece evidente que, participando, no sólo contribuirán a la difusión del arte gastronómico sino que servirán también a sus propios intereses”.

Editorial *Club de Gourmets*, nº 22/23. Enero/febrero, de 1978.

La *II Mesa Sobre Gastronomía* con la que comienza el tercer año de la revista fue un acontecimiento con el que definitivamente despegó la gastronomía española, que conseguirá posicionarse y acaparar los primeros puestos del ranking internacional en un futuro no muy lejano. A punto de concluir la década de los setenta, podemos afirmar que a la vuelta de la esquina aguardan grandes cocineros, muy jóvenes que con su valentía, como señala, entre otros, el periodista Pau Arenós, encumbrarán la cocina española, y por tanto, están dispuestos a recoger y continuar las impresiones de Arzak y Subijana para, entre todos, elevar el prestigio y la categoría de nuestro país dentro del panorama de la alta cocina internacional de la que tantos años habíamos sido ajenos. Un sueño materializado en el que continuamos dando que hablar y que evoluciona a día de hoy: baste reflexionar sobre las palabras de los asistentes a esta mesa, atender a sus descripciones y quejas y comprobar cómo se han ido solventando, superando. Esa



evolución ha sido gracias al esfuerzo de los profesionales de la cocina y la restauración, pero no hubiera sido el mismo, no hubiera tenido tal repercusión sin el apoyo de medios de difusión, entre los que se engloba la revista gastronómica y el mundo de la cultura. Pero este año, regresando al resto de contenidos recogidos en el interior de las revistas, es también el año de las novedades y la continuación de un gran proyecto. La publicación continúa durante 1978 con la serie iniciada en el número 20 (noviembre de 1977) sobre la adulteración de alimentos. Agua, harina, vinos espumosos, pasta, chocolates, aceite de oliva, carnes, conservas..., son sólo algunos de los alimentos protagonistas de esta serie que se prolonga hasta finales de este mismo año. La sección, escrita por Juan Roca Acín, está estructurada de tal modo que se incluye una pequeña redacción sobre las cualidades de alimento en cuestión, y continúa con las manipulaciones que suponen la “adulteración” del alimento y la explicación de sus efectos y consecuencias.

Con el número extra de los meses de agosto y septiembre (nº 29-30) aparece publicado un extenso reportaje sobre el restaurante Bulli. Realizado por Luis Bettónica el célebre restaurante está bajo la dirección del doctor Schilling. La cocina es responsabilidad del joven alsaciano Jean-Louis Neichel.

A partir del mes de octubre y con el número 31 aparece *Gastrófilus* quien dedica su espacio a reportajes sobre bebidas y gastroviajes. Luis Marcet, corresponsal de la revista en México, se auspicia bajo este apodo para dar rienda suelta a su imaginación. Algo más adelante, a partir de diciembre de 1979, *Club de Gourmets* le encomendará además de reportajes y entrevistas la construcción de un diccionario que “medio en serio, medio en broma”, dándole una vuelta al lenguaje, ofrecerá santas definiciones junto a otras muchas de guasa o imposibles como las que siguen a continuación:



## RESTAURANTE BULLI

Por Luis Bettónica

«Como en el circo, más difícil todavía... Aquí estamos con nuestro restaurante separado, más que unido, de Rosas por una carretera que casi es un camino de carros, y aislados porque llevamos años y años esperando el dichoso teléfono. Pero este lugar, esta bahía de Montjoy, solitaria y hermosa, compensa cualquier incomodidad, ¿no lo creen ustedes?»

### LA HERMOSA CALA MONTJOY

Si, claro que la carretera, Cala Montjoy, con la vegetación que desciende hasta la orilla y con sus aguas verde-mar, transparentes, es uno de los rincones más privilegiados, uno de los más seductores de la Costa Brava. La carretera desde Rosas, unos ochenta kilómetros, se encuentra verdaderamente en un estado que da pena.

Al parecer, se abrió este camino durante la guerra civil, por razones militares o se andaban equivocados, pero ahora, según nos dicen, a nadie le ocurre la idea de sustracción de un arroyo seguro y apacible, y la carretera así está, digna de la mano de Dios y de la mano de los hombres. Partiendo de Rosas, la ruta sorprende por un paisaje natural y desolado, apartado por el viento del país, la abstracción y poderosa tranquilidad. Pero cuando el terreno le es propicio, la vegetación crece bella y variada: olivos, pinos, y otros del mar, riuco de villas. La estancia es totalmente deliciosa. A pesar de que el restaurante El Bulli hay otros edificios en torno a la bahía, Cala Montjoy es como un paraíso de la calma y de la soledad. Hace años, Josep Pla, que a la Costa Brava dedicó una de sus obras más valiosas, describió así una casa, la casa de la casa: «El rey cambia en Montjoy».

**Ajado:** dado al ajo.

**Aliñar:** acción de estropear varias excelentes materias primas.

**Apetito:** el mejor estímulo gastronómico.

**Apicultor:** campesino de la Vía Apia; Alopecia: pez calvo.

‘Diccionario del Gastrófilo’ por Luis Marcet. *Club de Gourmets*, nº 44, diciembre de 1979.

Isabel Ortiz de Muguruza, Guillermina Botaya y M<sup>a</sup> Dolores Pérez Camarero son las únicas firmas femeninas durante estos doce meses en los que *Club de Gourmets* sigue apostando por firmas de primera fila. Repiten Luis Bettónica, Juan Perucho, Manuel Llano Gorostiza y Néstor Luján quien continúa la serie iniciada en el setenta y siete dedicada a los grandes gastrónomos. Y se incorporan nuevos nombres como las tres firmas femeninas antes mencionadas, además de Giorgio Della Rocca, Joaquín Merino y Pablo Olive entre otros.

Y entre número y número queda espacio para incluir succulentas entrevistas a personajes famosos de esta década. Sin sección fija y con alternancias, en sus páginas se incluyen diferentes encuentros como los mantenidos con la actriz Julia Gutiérrez-Caba, o el singular empresario y cocinero Paul Corcellet que aparece en el número 25.

#### **3.2.8.1.4 La gran alianza. Turismo y gastronomía de la mano**

1979 es el año con el que da comienzo el tránsito de la revista hacia el modelo de futuro del que será el grupo<sup>334</sup> con sus diferentes líneas de negocio. La publicación continúa siendo fiel al formato y secciones principales, así como a las firmas habituales de crónicas, reportajes y artículos. De nuevo, *Club de Gourmets* pasa a relatar todo lo acontecido en la *III Mesa Redonda Sobre Gastronomía* que en aquella ocasión se desarrolló en el Hostal de la Gavina, en la Costa Brava. Es ahora cuando la publicación relaciona, con mayor evidencia, la perfecta simbiosis que se produce entre turismo y gastronomía con sus amplias posibilidades temáticas y comerciales. 1979 es también el año en que se anuncia a los lectores la intención de establecer los premios ‘*Club de*

---

<sup>334</sup> Grupo Gourmets.

*Gourmets'* para los que en el número de junio, que está dedicado por entero a los destinos turísticos preferidos por los españoles, se incluirán dos páginas en la que los lectores que así lo desearán podían enviar la relación de productos que les merecieran mejor valoración. Se trata de un listado previamente confeccionado por modalidad de alimentos/productos, cuyas propuestas de libre elección cubren, por ejemplo, apartados como "aceites de oliva", "aceitunas", "aguas minerales", "especies", "conservas de carne, de frutas, de vegetales, de

pescados..." y así hasta completar un total de 86 entradas. Las que se corresponden con el vino vienen además desglosadas para incluir vinos y añadas.



**PROXIMA APARICION**  
**GOURMETOUR 79**

Guía Gastronómica y Turística de España, con el asesoramiento de Club de Gourmets

Con una información selectiva, pero exhaustiva, de monumentos, museos, restaurantes, hoteles, shopping y bares o similares, etc.

El usuario de GOURMETOUR es, por ejemplo, aquella persona singular que desea visitar el románico de Palencia, tomar una menestra de verduras naturales, alojarse en un hotel bueno y confortable, pero con algo especial, comprar artesanía auténtica a precios normales, adquirir productos alimenticios (vino, queso, repostería, etc...) realmente genuinos, saber en cada región los lugares de distracción (bares, pubs, discotecas, etc...) con un brevisimo comentario sobre su ambiente y precio. Esto es, a grosso modo, la filosofía de GOURMETOUR

Reserve **ahora** su ejemplar, al precio de lanzamiento, por sólo 675 pesetas (pago mediante talón nominativo a favor del Club de Gourmets)

Pedidos: Club de Gourmets.  
 Cristóbal Bordiú, 13. Madrid-3

A partir del número 36 *Club de Gourmets* decide incluir sus iniciales en aquellos textos que elabora la redacción y que antes venían sin firma alguna. Y es el número con el que la publicación anuncia el lanzamiento de 'Gourmetour 79', Guía Gastronómica y Turística de España que, con el asesoramiento de *Club de Gourmets* ofrecerá información detallada de "monumentos, museos, restaurantes, hoteles, Shopping, bares y similares, etc.". La revista anuncia la publicación efectiva de la guía con el número 40-41.

Orgullosa de la iniciativa, la revista explicará a los lectores que la nueva *Gourmetour* "supone el primer intento editorial independiente de Europa -y tal vez del mundo entero- de hacer una guía gastronómica y turística sin subvenciones oficiales o

compromisos de cualquier índole”<sup>335</sup>. Elaborada por entero en España y por españoles, nacía con la vocación de servicio al cliente que acudía a ella para obtener información útil y rápida sobre una selección de restaurantes, hoteles, bares, monumentos, discotecas, salas de fiesta... Selección efectuada a partir del criterio de “calidad”, y con el objetivo de tratar de cubrir el más amplio espectro de público. La guía ofrece un total de 642 restaurantes y 552 hoteles, en algo más de 570 páginas que comparten espacio con otros datos y direcciones de interés; también se incluyeron cámpines de primera categoría. Los restaurantes que entonces alcanzaron la mayor puntuación fueron el de Arzak en San Sebastián y el restaurante Jockey de Madrid (ambos obtuvieron 9 puntos sobre 10). El restaurante El Bulli propiedad del doctor Hans Schilling y con la cocina bajo la dirección de Jean Louis Neichel obtendría 7,5.

Con el número del mes de marzo, dedicado a la Semana Santa, reaparece Xavier Domingo con la sección titulada ‘La boca del peatón’ a través de la cual irá dando a conocer experiencias y gastronomías acaecidas durante sus andanzas por España.

Un mes más tarde la revista se centra en el turismo y las gastronomías canadiense y búlgara. Toronto, Montreal y Quebec son las ciudades que junto con el reportaje que realiza María Dolores López Cerezo sobre Bulgaria ponen el acento internacional de manera sobresaliente y atendiendo por igual al recorrido turístico como al gastronómico. Tan sólo haría falta un mes más para que *Club de Gourmets* volviese su atención de nuevo de manera pormenorizada a un país extranjero: México. Es en el número 38 del mes de mayo donde Ernesto Ochoa Céspedes ofrece al lector un reportaje a fondo sobre las posibilidades que aquel país brinda a los turistas; reportaje que se complementa con el artículo sobre “una cocina de altura” firmado por Néstor Luján, material que viene acompañado de un brillante “mapa gastronómico” elaborado por Ana Muro de Benítez, y de un listado de aportaciones culinarias que México ha legado a la cocina mundial. Finalmente será Manuel Llano Gorostiza quien analice para la revista el presente y el futuro de los vinos mexicanos. La decisión de dedicar un número especial al país se justifica con la celebración, ese mismo año, de ‘Feria España

---

<sup>335</sup> Revista *Club de Gourmets*, nº 40-41, 1979, p. 34.

79' en la capital azteca, y por la riqueza gastronómica y cultural que derrocha el territorio mexicano y que la revista no ha querido dejar escapar.

La portada del siguiente número, el 39, dada la proximidad del periodo estival anuncia por si sola el contenido de ese mes: turismo vacacional. La conexión entre turismo y gastronomía hace tiempo que ha quedado establecida en la revista con la asociación de elementos comunes entre ambas temáticas. El especial vacaciones del mes de junio ofrece a los lectores una selección de países que la dirección de la revista ha analizado por coincidir con los destinos preferidos de los españoles. Portugal, Francia, Italia, Alemania Federal, Austria, Suiza, Gran Bretaña, Túnez, Egipto y Puerto Rico acaparan el itinerario y sus respectivas gastronomías hacen casi imposible la elección de uno solo de estos países por encima de los demás. Se trata de un número perfectamente armado, práctico y seductor, en el que gastronomía y turismo forman un binomio perfecto.

Este periodo también supone un avance en cuanto a la profesionalización de una revista que veterana en su campo tiene todavía mucho recorrido por delante y variados terrenos por explorar. A partir de 1979 la publicidad incluida en la publicación guardará mayor consonancia o afinidad con la temática específica publicada en cada número. Las posibilidades económicas de las empresas de productos y restauración están asumiendo la importancia de la revista como herramienta para hacer llegar productos y establecimientos a la clientela de manera profesional, directa y detallada.

La evolución pasará por la publicación a partir del número doble 40-41 cuando sustituye la encuadernación cosida y pegada por la grapa. La revista, cuya dirección recae ahora en Álvaro López Alonso que cuenta con la asesoría editorial de Luis Bettónica<sup>336</sup>, aligera su gramaje pero tanto los contenidos como su calidad van a ir en aumento. Estética visual y precio continuarán estables durante los doce números de 1979. Con este número doble llega también el cambio de dirección física de la redacción que se ubicará a partir de entonces en la calle Clara del Rey, número 27 de Madrid.

---

<sup>336</sup> Bettónica abandonará el cargo de Asesor Editorial en el número 48 de 1980.

Durante todo este año continúa la serie de ‘Grandes Gastrónomos’ iniciada por Néstor Luján. A partir del número 39 (perteneciente al mes de junio) la serie vendrá firmada bajo el seudónimo de Pickwick con el que tantas veces firmaría Luján.

Carmen Casas será la firma femenina que mantendrá la revista con continuidad a partir del número 42 de 1979. Nacida en Barcelona, Carmen Casas era una de las pocas mujeres dedicadas a escribir sobre gastronomía en este periodo eminentemente masculino. Su sección típicamente titulada ‘Los chismes del office’ será sin embargo un espacio destacado donde conocer a diferentes chefs, productos y actos sociales, entre otros asuntos vinculados con la gastronomía, de manera distendida pero profesional, con lo que sus páginas acaban desmarcándose de esa seriedad bien entendida con la que la revista suele ofrecer este tipo de contenidos al lector. Algo más tarde, en el número 47 de 1980, cuando ‘Los chismes del office’ dicen adiós para pasar a ser ‘El pil-pil de...’, la periodista abordará paralelamente la crítica gastronómica de forma exhaustiva.

El número 42 incluye, por primera vez, un interesante reportaje firmado por Girogio della Roca en el que el periodista se interroga sobre la comida: ¿necesidad o gastronomía? Titulado “La cocina de la calle”, en este reportaje della Roca se preocupa de investigar y narrar la cocina sencilla y antigua, humana y necesaria. Recorre los mercados, las plazas y los puestos callejeros de varios países nórdicos, de territorios chinos, españoles, peruanos, italianos, franceses y africanos para ofrecernos una selección de las comidas humildes y sabrosas. Un repaso al genuino sabor de un *street food* que siempre ha estado entre nosotros.

Coincidiendo con las navidades ofrecerá un número extra con su propuesta sobre “Los 100 mejores restaurantes de España”, cuya selección ha basado en las calificaciones alcanzadas por los restaurantes que fueron publicadas en la guía *Gourmetour* 79. La revista advierte al lector sobre la selección en su editorial y explica que “los 100 restaurantes elegidos lo han sido por el estado actual de la calidad de su cocina, lo que quiere decir que hemos evitado condicionamientos históricos, comerciales



o de cualquier otro tipo”<sup>337</sup>. Al año siguiente *Club de Gourmets* hará lo propio con “Los 100 mejores hoteles de España”<sup>338</sup>.

Los periodistas J. M<sup>a</sup> Busca Isusi, Méndez Riestra, Salvador Amorón, Lorenzo Millo (que se incorpora para abordar a fondo los productos), Luis de Madariaga, Joaquín Merino, Manuel Llano Gorostiza (habitual de las ‘mesas’ y colaborador asiduo en la publicación) firmarán muchos de los textos publicados en esta década. Néstor Luján, Luis Bettónica, Juan Perucho y Xavier Domingo continúan su labor con amplios y muy cultos artículos y reportajes que tratan de cultivar el gusto del lector con sus conocimientos y estilos literarios de redacción. Con el número 42 reaparece la firma de Giorgio della Rocca con sus enfoques a pie de calle.

La revista mantiene la fidelidad a los intereses de los lectores y con su labor va construyéndose un verdadero interés por lo gastronómico más allá del producto y la cocina. Ciertamente podemos hablar de la gestación de una verdadera conciencia gastrocultural. Con estilo y estética equilibrada *Club de Gourmets* demuestra su aventajada observación sobre un campo que aún estaba por explotar en el periodismo español. Los grandes profesionales de la escritura que contribuyen a ello serán una pieza fundamental con la que la publicación va armando su reputación. A la redacción irán sumándose firmas que nos resultan tan familiares como la de José Carlos Capel, uno de los más respetados críticos gastronómicos de nuestro país que comienza su andadura en *Club de Gourmets* en el año 1980, año en el que la publicación cambiará de nuevo su ubicación; la redacción queda ahora establecida en la calle Paseo de la Habana, número 152.

Con su primer reportaje “Los gazpachos andaluces” aparecido en el número 52-53, distinguimos a un Capel metido en productos y cocinas, tratando de absorber cada detalle que trasvasará a sus textos en los que se incluyen orígenes e historia. Al mes siguiente este mismo colaborador abordará “Las Tortas de Aceite” y con él la revista da a los reportajes un aire nuevo, con un estilo más cuidado, con mayor presencia de

<sup>337</sup> Revista *Club de Gourmets*, nº 43, diciembre de 1979. Editorial, p. 3.

<sup>338</sup> Revista *Club de Gourmets*, nº 51, de 1980. Se trata de un número extra que, aprovechando la llegada del verano, ofrece al lector la recopilación de los 100 mejores establecimientos hoteleros de nuestro país.



fotografía en color; lo que se aprecia sobre todo en el reportaje dedicado al nuevo restaurante mallorquín Ancora incluido también en este número 54.

La crítica gastronómica ha ido cobrando importancia durante estos tres años y ya podemos hablar de un género asentado y respetado cuyos protagonistas son: Antonio D. Olano, para quien lo más importante es el anonimato a la hora de ejercer la crítica; Carmen Casas, que realiza críticas exhaustivas y ya da importancia a la bodega; Eugenio Domingo, que no era partidario de las calificaciones (“si nos ponemos en plan pontífices, destruimos nuestra misión. [...] La calificación de un restaurante supone ciertos prejuicios, influencias”.<sup>339</sup>). Gonzalo Sol es otra firma habitual; como también lo es Joaquín Merino que se declaraba en esta revista como independiente y fiel al principio sobre la crítica gastronómica de que la misma ha de ser honrada y nunca benévola<sup>340</sup>; Jorge Víctor Sueiro el cual apostaba por la objetividad; en la misma línea se posicionaba Jose María Busca Isusi; Luis Bettónica, el hombre directo o la crónica sin dogmatismos; Néstor Luján, uno de los primeros en ofrecer críticas gastronómicas en nuestro país y cuyo trabajo siempre se enfocaba hacia la orientación e información del lector; Víctor de la Serna -padre-; y, Xavier Domingo quien instaba a aprender a cocinar a hombres y mujeres.

Este número es también el número de la reivindicación de la revista por un turismo de calidad y con sentido. El editorial está dirigido a la Secretaría de Estado de Turismo al que decididamente *Club de Gourmets* saca los colores. Con él la publicación demuestra su preocupación por el estado de la cuestión en España.

### Veranear en España

La Secretaria de Estado de Turismo lanzó a principios de verano una campaña publicitaria para persuadir a los españoles a hacer turismo en España. Creemos que el tema merece una serie de reflexiones.

**Primero.** No se comprende que la campaña aparezca en el mes de junio, cuando la mayoría de los españoles ya tienen decididos sus planes para el veraneo. Esta acción debería aparecer bastante antes, sobre todo cuando ya se sabía la contracción de la demanda del turismo extranjero.

<sup>339</sup> Revista *Club de Gourmets* nº 45-46, extra de enero-febrero, p. 44.

<sup>340</sup> Ibid., p. 46.

**Segundo.** Uno de los argumentos dice: “Siempre le costará menos... Veranee en pesetas”. Desde luego es muy discutible o, cuando menos, esta frase revela un desconocimiento de la realidad turística actual. Por ejemplo, a muchos europeos, especialmente a los que están más alejados geográficamente de nuestro país, concretamente los escandinavos, les resulta más barato ir a solearse a California que venir a algunos puntos de nuestra territorio.

**Tercero.** Con esta convocatoria, de cara a los meses de julio y agosto, se propicia la aglomeración de turistas, con todas las consecuencias que ello implica: encarecimiento, bajada en el nivel de atención al cliente, posible creación de peligrosidad sanitaria, contaminación, etc.

**Cuarto.** ¿Hasta cuándo podemos seguir ofertando el producto “España” y como complemento su “sol”? Ya va siendo hora de destruir esta imagen estereotipada de nuestro país y concretar zonas turísticas, monumentos, artesanía, cocina, vinos... Numerosos expertos en turismo de diferentes países nos han comentado el tema en repetidas ocasiones, siendo este punto aplicable tanto al turismo interior como al exterior.

*Club de Gourmets*, nº 52-53. Editorial.

Este año también se publica la segunda entrega de la guía *Gourmetour* 1980 cuya estructura interna comprende los mejores hoteles y restaurantes de España calificados según la relación precio-calidad, destacando lo mejor de cada carta con sus precios.

El número 51 lleva en su portada e interior “Los 100 Mejores Hoteles de España”. Al igual que hiciera con los restaurantes, la revista se inclina, coincidiendo con las vacaciones de verano, por un número extra que al precio de 250 pesetas recoge el primer monográfico de hoteles que publica *Club de Gourmets*.

Finalizando el año, y más concretamente con la llegada del número 56 del mes de diciembre, la revista sube su precio 25 pesetas. Sin embargo ésta parece ser una subida titubeante ya que el siguiente número doble el precio volverá a fijarse en 150 pesetas para, finalmente, a partir del número 59 de 1981, establecer para los siguientes ejemplares el precio de 175 pesetas. En cuanto a las portadas, son igualmente intermitentes y oscilan entre la ilustración y las imágenes fotográficas. El ir y venir de las portadas esconderán sin embargo el anuncio de algunos cambios estéticos, acordes con los tiempos.

Durante los próximos años, la revista continuará con la organización de las Mesas Redondas Sobre Gastronomía que más tarde se transformarán en la cita anual del *Salón del Gourmet*.

La revista hace algún tiempo que viene publicando, generalmente al final de cada número, las “Sobremesas” del *Club de Gourmets*, espacio en el que sentados a la mesa se entrevista a cocineros que despuntan o se entabla conversación con algún personaje relevante del momento en relación con la gastronomía. José Peñín, José María Busca Isusi, Ángel Cáceres, Román Casares, Miguel Delibes, Giorgio della Rocca, Néstor Luján, Manuel Llano Gorostiza, Joaquín Merino, Juan Perucho, Juan Roca Acín, Jorge V. Suerio, Xavier Domingo, José Pérez Gallego, Carmen Casas, José Carlos Capel y Enric Canut son durante estos años colaboradores habituales de la publicación junto con Carmen Casas, Carmen Arroyo y Belén Díaz.

1981 será el año en el que los que venían siendo los mejores 100 restaurantes de España suman uno más y así en el número doble 64-65 de este año la revista da cuenta al lector de “Los 101 mejores restaurantes”.

A grandes rasgos 1981 y 1982 no son años especialmente brillantes para la publicación. Incluso se percibe cierto desgaste o falta de imaginación con la repetición de temas sin que las notas de actualidad justifiquen de manera solvente la reaparición de esos grandes clásicos como son “la cocina de cuaresma”, “la caza”, “la matanza” y la cocina de puchero o “la olla” bajo idéntico formato; por lo general, se irán cubriendo estos dos años con el encargo de reportajes como por ejemplo los monográficos dedicados

**Génesis y Evolución de la Revista Gastr**



a los quesos de España o la edición de esos números especiales y monotemáticos – restaurantes, hoteles, más adelante vinos-.

Entre los cambios y novedades más interesantes, dignas de mención, se encuentra la decisión de aglutinar en un cuadernillo la que venía siendo sección habitual, “Mesa Revuelta”, que a partir del número 66 aparecen como digo en un encarte, impresas sobre páginas de color amarillo. El fotomontaje, como muestra la imagen a color de la página siguiente, aparece como técnica novedosa en el sentido de superposición de elementos distribuidos o insertos en textos –imágenes en principio

capturadas por separado con las que se juega y dinamizan los textos-.

Los contenidos a partir de ahora se vuelven algo más ligeros y, en general, prestan más atención al vino. Conviene recordar que en este momento, prácticamente recién llegadas, existen en el mercado de revistas gastronómicas algunas alternativas en este sentido como *Bouquet* que tanto por estética como por contenidos estaría en línea con *Club de Gourmets*.

Con la edición de la revista a cargo de Fernando Jover Ibarra, la dirección de la revista de nuevo en manos de

## CLUB DE GOURMETS



### SUMARIO

3	Editorial
6	Reportajes
6	Bali, el país de la sonrisa
17	Los vinos de ahora
49	Las freidurías
54	Las aguas minerales
59	Pedro Subijana y su cocina
66	EN LOS FOGONES PROPIOS Y AJENOS
36	Cocina navarra en «El Bogui»
46	REVISTA
46	Fernando Sánchez-Drágó
22	MONOGRAFÍA
22	En verano, el ron
29	LAS RUTAS DEL GOURMET
29	Las serranías de Cádiz y Málaga
12	SECCIONES
12	Mesa revuelta
52	La Opinión
57	Los quesos de España
64	El placer de la lectura
66	El Pi-pi

## Editorial

### Una buena ruta

Para aquellos que la Costa del Sol es su destino veraniego, ofrecemos una deliciosa ruta para los gourmets: las serranías de Málaga y Cádiz, con bellísimos paisajes, arte e historia de siglos y productos auténticamente artesanales.

### Mejores vacaciones

Quizá vayamos a repetir por enésima vez la cantinela de siempre, pero muchas veces insistiendo se llega a conseguir objetivos difíciles de alcanzar. Vamos a hablar —¿cuántas veces van?— de turistas, de sol, de playas y de comida, porque no sólo de sol vive el turista. Ya estamos en pleno verano, los turistas se cuentan por millones y las playas españolas parecen unos grandes almacenes durante el primer día de las rebajas. Durante muchos años hemos ofrecido a estos millones de turistas el sol de nuestras playas, el gazpacho avinagrado enfriado con hielo y la socorrida paella de arroz caldoso y desperdicios marineros. Este año, según las previsiones oficiales, va a ser un gran año turístico, uno de los mejores, pero España sigue ofreciéndoles lo mismo, prácticamente nada ha cambiado. Si nosotros, los españoles, a pesar de nuestro menor poder adquisitivo hemos conseguido en el último lustro pasar de una cocina de supervivencia a una culinaria más afinada, intentando saber lo que comemos y bebemos, siendo cada vez más exigentes en los restaurantes y obligando por añadidura, a los restauradores que nos den una cocina de calidad, podría pasar lo mismo con esos millones de turistas. Cuando decimos que hay que dar mejor de comer a los turistas no nos estamos refiriendo única y exclusivamente a los restaurantes de muchos tenedores, no, también pensamos, por ejemplo, en los «chiringuitos» playeros, donde informalmente y con atuendo marino podríamos degustar unas buenas sardinas o boquerones, un bonito a la plancha en Santander o esas deliciosas anchoas de La Escala... Comer bien no significa lujo, quiere decir honestidad en el empleo de buenas materias primas y una cuidada elaboración. Todavía tenemos muy cerca los estragos de la neumonía atípica, causada, según las autoridades, por un determinado aceite. No seamos tercos y pensemos que ahorrando unas pesetas en el aceite vamos a ganar más, al contrario, probablemente lo que haremos sea perder un cliente, y detrás de éste, otro... La cocina es mucho más sencilla de lo que parece, como sucede con la vida misma. Precisamente la cocina sencilla es la que posee mayores virtudes, y de sencillez culinaria en España, sin artilugios ni sofisticaciones barrocas, tenemos muchos ejemplos. Conservemos esta sencillez y mostrémosla a nuestros ilustres huéspedes. Será bien para todos.

### Mejores vacaciones

Este año, según las previsiones oficiales, va a ser un gran año turístico, uno de los mejores, pero España sigue ofreciéndoles lo mismo, prácticamente nada ha cambiado. Si nosotros, los españoles, a pesar de nuestro menor poder adquisitivo hemos conseguido en el último lustro pasar de una cocina de supervivencia a una culinaria más afinada, intentando saber lo que comemos y bebemos, siendo cada vez más exigentes en los restaurantes y obligando por añadidura, a los restauradores que nos den una cocina de calidad, podría pasar lo mismo con esos millones de turistas. Cuando decimos que hay que dar mejor de comer a los turistas no nos estamos refiriendo única y exclusivamente a los restaurantes de muchos tenedores, no, también pensamos, por ejemplo, en los «chiringuitos» playeros, donde informalmente y con atuendo marino podríamos degustar unas buenas sardinas o boquerones, un bonito a la plancha en Santander o esas deliciosas anchoas de La Escala... Comer bien no significa lujo, quiere decir honestidad en el empleo de buenas materias primas y una cuidada elaboración. Todavía tenemos muy cerca los estragos de la neumonía atípica, causada, según las autoridades, por un determinado aceite. No seamos tercos y pensemos que ahorrando unas pesetas en el aceite vamos a ganar más, al contrario, probablemente lo que haremos sea perder un cliente, y detrás de éste, otro... La cocina es mucho más sencilla de lo que parece, como sucede con la vida misma. Precisamente la cocina sencilla es la que posee mayores virtudes, y de sencillez culinaria en España, sin artilugios ni sofisticaciones barrocas, tenemos muchos ejemplos. Conservemos esta sencillez y mostrémosla a nuestros ilustres huéspedes. Será bien para todos.

CLUB DE GOURMETS 3



Francisco López Canis, y con la supervisión de la redactora-jefe Belén Díaz, la revista vuelve a contar con sus colaboradores habituales y sus corresponsales situados en México y París –en este apartado dedicado a los corresponsales, la revista incluye a los colaboradores que escriben desde diferentes lugares de España, y, así, sitúa a Juan Carlos Alonso en Andalucía Occidental, a Jesús María Zuloaga en Andalucía Oriental, a Mario Hernández Bueno en Canarias, a Luis Bettonica en Cataluña, a Lorenzo Millo en Levante, y a Rafael García Santos en el País Vasco-.

En 1983 *Club de Gourmets* inaugura el año con un número especial dedicado a los “100 mejores vinos de España”<sup>341</sup>. La revista está perfilando, quizás sin saberlo, la futura guía enológica que lanzará el ya consolidado Grupo Gourmets, algo más adelante.



Cierta dosis de innovación y cromatismo irrumpen en la revista a partir de 1981.

Entonces, como ahora, la para muchos envidiable labor de crítico gastronómico suscita la picaresca de la que se hace eco la revista, denunciando la impostura de falsos inspectores que en nombre de la *Guía Gourmetour*, o directamente de la revista, pretenden comer gratis.

Durante este año 1983 la revista desglosa en su sumario de manera pormenorizada el índice de recetas que incluye en cada ejemplar –a excepción de los números especiales-. Las secciones desaparecen (salvo “Mesa Revuelta”, “La Vinopinión” que viene firmada por José Peñín, y las “Rutas Gastronómicas” -irregular-, que permanecen identificadas). No hay pista alguna para el lector sobre los contenidos salvo el titular del artículo o reportaje. La pesca, la olla podrida, las langostas, los nuevos productos como el aguacate –exotismo en la mesa-, el auge de las escuelas de cocina, viajes a Lyon o Amsterdam, y productos especiales como las kokotxas, el cabrales, las cerezas del Jerte, los salazones, la trufa italiana, el pacharán, la sidra, el champagne, los

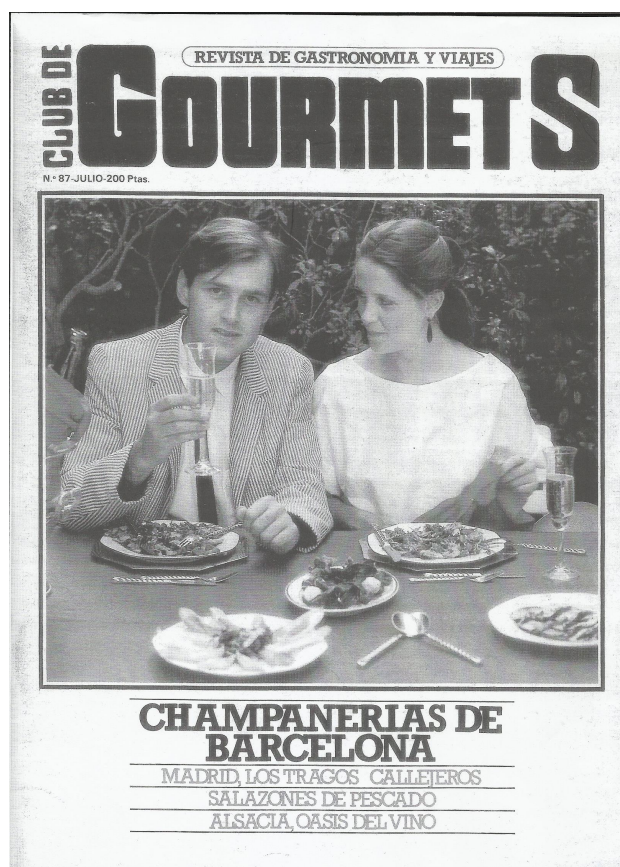
<sup>341</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 81-82, enero-febrero de 1983.

vinos de Valdepeñas, los rosados, los vinos de Jerez, son algunos de los temas destacados.

El número con el que se abre el año y que aglutina los meses de enero y febrero traerá “Los 100 mejores vinos de España”, y el también número doble de agosto/septiembre vuelve a acoger la selección de “Los 100 mejores restaurantes de España”.

Tampoco va a ser éste un año de imaginación. La monotonía interior que se detecta en estas páginas se debe en muchos aspectos a la indefinición por la que en estos momentos atraviesa la revista. También a lo insulso del diseño adaptado muy alejado del colorido con el que nació. Si *Club de Gourmets* irrumpió con fuerza y claras señas de identidad como la divulgación y el corte contextualizador e histórico de sus múltiples reportajes, en estos momentos resulta complejo destacarla por algo en concreto. La única nota compartida es la rigurosidad y seriedad en la presentación de sus contenidos. Los responsables parecen darse cuenta de esta falta de identidad, y, en cierto modo, ausencia de coherencia interna pues las secciones son al tiempo guía para el lector y evidencia de filosofía. Y así con la salida a la venta del número 87 reconduce el proyecto editorial con el rediseño de la revista, que con todo resultará más interior que exterior.

Subtitulada *Revista de Gastronomía y Viajes*, y, agrupados en “Reportajes”, “Viajes”, “Vinos”, “Opinión”, “Secciones” (“En fogones propios y ajenos”, “Viaje por las mesas europeas” y “Mesa Revuelta” –estas secciones se ampliarán con la nueva aportación titulada “Mesa y Menús” a partir del mes



Club de Gourmets, número 87, julio de 1983.  
Fotografía de portada, Sacha Hormaechea.

de diciembre<sup>342</sup> de este mismo año-), y, “Recetas”, la revista ofrece los contenidos que abarcan las cerca de 80 páginas de media cada ejemplar. La cocina es sin duda uno de los puntos fuertes de la revista o al menos uno de los intereses más buscados de sus lectores. Como tal, ha ido cobrando relevancia al tiempo que la propia cocina nacional ha ido innovando técnicas y cartas.

Durante los próximos 10 números la fotografía a color se instala en las portadas de la revista que intercambia imágenes de personas y productos como reclamo, sustituyendo así composiciones o dibujos. Sin duda 1984 marca un nuevo periodo para esta publicación que potencia el color en cada una de sus páginas. A punto de cumplir los 100 ejemplares en circulación, la gastronomía no sólo encuentra su hueco a través de las publicaciones especializadas donde *Club de Gourmets* ocupa la primera posición en cuanto a revista gastronómica especializada, esto es con visión completa y equilibrada entre vino y cocina, sino que la gastronomía está ya en estos primeros años de los ochenta en prensa, radio y televisión. También la proliferación de libros gastronómicos experimenta un buen momento. Y la reciente división autonómica acometida en España representa un impulso en lo gastronómico donde cada región y territorio hace alarde de su identidad culinaria, del recetario autóctono y tradicional que en parte ha pasado también por estas páginas para gourmets. Durante este periodo la revista ha tratado de dignificar y extender hacia el resto de la población, de transmitir a sus lectores la necesidad de reconocimiento que merece el sector hostelero, la restauración. A la misma ha venido prestando atención para reclamar un mejor servicio y una mayor calidad de

---

<sup>342</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 92, diciembre de 1983.

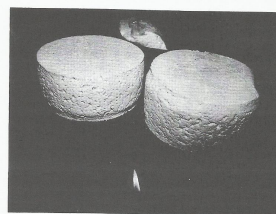


sala y cocinas. Y lo ha hecho sin olvidarse de la educación y el respeto que ha de mostrar la otra parte, la del cliente, al que no ha dejado de instruir.

Durante 1984 *Club de Gourmets* pasa a costar 225 pesetas frente a las 200 pesetas del año anterior. La columna de opinión “El curioso impenitente” de Eugenio Domingo se consolida. El tabaco encuentra este año sección propia a partir del mes de abril (será una sección intermitente). Los contenidos ganan tanto en fondo como en forma con la imagen fotográfica como fiel compañera; la revista será sobre todo, una publicación donde abunde el texto en detrimento de la imagen que estando presente y siendo de mejor calidad sigue representando una proporción mucho menor.

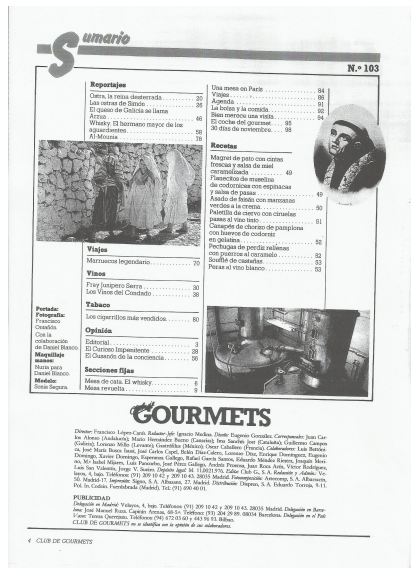
Este es el año en el que el espárrago obtiene el régimen de denominaciones de origen promovido por los agricultores de Navarra y La Rioja; es el año en el que bajan las exportaciones del vino de esta última zona, La Rioja; y el año en el que llega una nueva ola de cocineros vascos. Durante los 10 números de 1984 el producto destacado será objeto de un extenso reportaje bajo una redacción modernizada, acompañado de una serie de recetas propuestas para su degustación. Incitar a la cocina ha sido siempre uno de los objetivos de la revista. Con el número 103 del mes de noviembre llega una nueva distribución de contenidos. “Reportajes”, “Viajes”, “Vinos”, “Tabaco”, “Opinión”, “Secciones Fijas” – novedad con respecto a números anteriores con “Mesa de Cata” y “Mesa Revuelta”-, y, “Recetas”, conformarán el guión de la revista durante los próximos números en los que no destacará ningún cocinero ni cocina por encima de las demás. La cocina –cuya fotografía experimenta un considerable avance estilístico a todos los niveles durante los próximos años inmediatamente posteriores- se aborda de manera general o de conjunto y es,

SUMARIO	
<b>Reportajes</b>	
El Cabrales, pura casta.....	8
El Kirsch del Valle del Jerte.....	20
El Mercado de Triana.....	50
El Pato laqueado de Pekín.....	62
<b>Viajes</b>	
Marsella, capital de la bullabesa.....	14
La ruta del Gourmet.....	
Las riberas del Pisuerga y Carrión.....	44
Guía viva de Valencia.....	52
<b>Vinos</b>	
Noticias del vino.....	67
El vino a examen.....	68
Cañamero, en busca del vino perdido.....	69
Brandy, el ardiente catalán.....	72
<b>Opinión</b>	
Editorial.....	3
Sabios consejos sobre la comida y bebida.....	6
El curioso impenitente.....	26
Vinopinión.....	66
<b>Secciones</b>	
<i>En los fogones propios y ajenos</i>	
Platos para un otoño.....	28
Mesa Revuelta	
Noticias.....	35
El Placer de la lectura.....	39
La Bolsa y la Comida.....	40
Bien Merece una Visita.....	42
<b>Recetas</b>	
Risolete de anguila y salmón ahumado.....	30
Pollo al vino tinto.....	32
Tarta de merengue y nueces.....	32
Patatas gratinadas.....	32
Pularda rellena.....	32
Paté de perdiz en «croute».....	34
Huevos a la crema.....	34
Lasaña.....	34



El cabrales, uno de los primeros quesos nacionales que accedió a la Denominación de Origen, madura dentro de oscuras cuevas en los estrechos valles de las Picos de Europa. (Foto portada: Alfredo Franco).

Sumario número 87 de Club de Gourmets, 1983.



durante este año, una cocina funcional, para ser reproducida en casa.

Luis Bettónica, José María Busca Isusi, José Carlos Capel, Belén Díaz Calero, Lorenzo Díaz, Eugenio Domingo, Esperanza Gallego, Rafael García Santos, Nestor Luján, Eduardo Méndez Riestra, Joaquín Merino, M<sup>a</sup> Isabel Mijares, Luis Pancorbo, José Pérez Gallego, Andrés Proensa, Juan Roca Acín, Víctor Rodríguez, Luis San Valentín, Jorge V. Suerio continúan firmando textos.

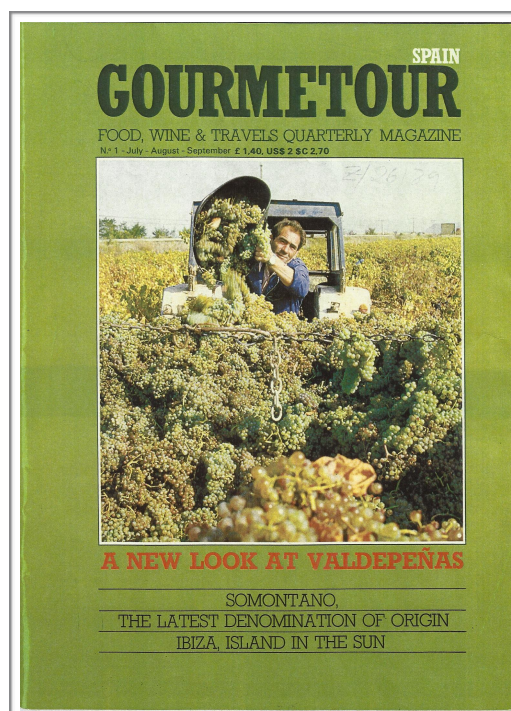
La redacción se sitúa desde 1984 en la C/ Velayos, 4 (Madrid).

La plastificación de la portada, el suplemento mensual “París Gourmet”, y la entrega cada dos meses de unas páginas especiales dedicadas a cada comunidad autónoma serán las principales novedades durante los próximos años en los que la revista vuelve a subir su precio (ahora cuesta 250 pesetas; pasará a costar 275 pesetas entrado 1986; y 325 pesetas en 1987).

La influencia que ejerce el país vecino, en cuanto cuna de tendencias, representa en estos momentos es notoria a través de estas páginas. La dedicación y respeto que aplican a la cocina en Francia hace que la variedad de contenidos nos lleve al terreno, durante muchos años común, de país de vanguardia culinaria.

El mes de mayo trae el importante anuncio, en cuanto a significación de promoción nacional, de la publicación *Gourmetour Spain*, una publicación de carácter

trimestral, editada completamente en inglés por la editorial *Club de Gourmets* y cuya distribución se hará en países de habla inglesa. La misma cuenta con la contribución y ayuda en esta tarea de difusión del por entonces Instituto de Fomento a la Exportación y las correspondientes delegaciones de turismo. La entrada en la Comunidad Económica Europea prevista para enero de 1986 y las dudas con respecto al IVA en su aplicación al mercado del vino centrarán buena parte de los textos de 1985. Y este es en realidad uno de los aspectos que motivan la revista en lengua inglesa: la entrada en la Comunidad Económica Europea propicia la viabilidad de este proyecto que persigue en boca de sus responsables “ofrecer una imagen diferente a la que se tiene de España en el mundo, y especialmente de su gastronomía y sus vinos”<sup>343</sup>.



Portada del primer ejemplar de *Gourmetour Spain*, revista editada por Club de Gourmets, en lengua inglesa, en Julio de 1985.

La pequeña revista de 52 páginas (28 cm de alto por 21 cm de ancho) estará editada en inglés y dedicada por entero a la promoción de España en el exterior. Un año más tarde, a partir de 1986, la gestión pasará a estar controlada por el INFE (ahora ICEX), Instituto Nacional de Fomento de la Exportación, sin embargo los contenidos seguirán en manos de *Club de Gourmets* hasta 1986, cuando definitivamente, revista y contenidos queden en manos de la Administración Pública<sup>344</sup>.

Por lo demás, la revista continúa ofreciendo un recorrido global de la gastronomía. En cuanto a las valoraciones sobre restaurantes y la selección de

<sup>343</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 109, mayo de 1985, p. 5.

<sup>344</sup> La revista del ICEX, Instituto Español de Comercio Exterior cuenta con su propio apartado en esta tesis doctoral. Si bien es cierto que fue una publicación de promoción exterior del producto interior y su distribución fue gratuita y selectiva, lo que la aleja del resto de publicaciones abordadas, representa un hito por cuantos antecedentes la rodean. También por la idea y vinculación al producto periodístico aquí tratado y la calidad de sus contenidos, perfectamente equilibrados en torno los productos y la cultura gastronómica nacional.

contenidos, *Club de Gourmets* no duda en adjudicar buenas y malas calificaciones, y en este sentido merece la pena destacar los editoriales, que son numerosos, en los que no deja de aclarar que, a pesar de críticas y amenazas, la revista y su personal están al servicio del lector, que es consumidor y al que debe el más grande de los respetos. Al fin y al cabo, ese es su papel; la revista se mantiene fiel a su filosofía fundacional: trasladar al lector toda la información disponible, experimentada o recabada para que sea el lector quien pueda ir educando el gusto y conformando su propio criterio, y consumiendo con criterio.

A mediados de los ochenta el vino joven triunfa; es el vino de moda y además el que con mayor facilidad se instala en otros mercados. Los números especiales –con su correspondiente incremento en el precio equiparado al de número especial, 400 pesetas– dedicados a las Islas Baleares, Andalucía, Asturias, Zamora, Navarra, Canarias, junto a las habituales quejas del periodo ante la salida al mercado de la Guía Michelin y su desdén por España son los temas que pasean por las páginas de la revista durante 1986. La guía está elaborada por franceses y dirigida a franceses, por tanto, se basa en la evaluación de la concepción francesa de la cocina que resulta de poca utilidad en nuestras fronteras.

La cocina en el supermercado, la noche agitada de la despensa de Madrid (Mercamadrid), o la uva de moda (Cabernet Sauvignon), y el también de moda aceite de oliva virgen extra son también asuntos emergentes de 1986 junto a la columna de Joaquín Merino, quien bajo el seudónimo de “El Príncipe” firma el espacio de opinión “El gusanón de la conciencia”.

En mayo de este año se producen algunos cambios en la maquetación de la revista que opta por el color amarillo para destacados.

Oriente en España o el reino de los restaurantes chinos llega a las revistas. *Club de Gourmets*, caerá, como el resto de publicaciones especializadas en gastronomía, bajo la seducción de una cocina que cuesta entender al español medio y que fascina a los gourmets del momento.

El primer *Salón del Gourmet* tendrá lugar en Madrid durante los días que van desde el 2 al 5 de abril, de 1987. “París Gourmet” desaparecerá en este periodo –pasará a

ser poco más que dos páginas y la sección “Mesa Revuelta” cambiará de ubicación y se integrará de nuevo entre el resto de páginas que componen la publicación-.

A partir de ahora los lectores y aficionados al vino esperarán con entusiasmo el número doble que cada mes de enero lleva entre sus páginas la selección de vinos del *Club de Gourmets. Revista de Viajes y Gastronomía*. Durante los próximos años, la revista continuará la dinámica de anunciar y mantener su esquema (“Reportajes”, “Entrevista”, “Viajes”, “Opinión” y “Recetas” con “Secciones fijas”). La revista incorpora precisamente en este apartado concreto, contenidos que ya estaban en la revista pero que desde el pasado año formaban parte del grueso “Mesa Revuelta”. Son las minisecciones: 1) “Gourmetocio” (generalmente seguido de París, Barcelona, Madrid o Sevilla, según la actualidad o pertinencia con los reportajes de cada ejemplar); 2) “España con otros ojos”, una interesante colección de textos en los que se ofrecen datos y curiosidades que en relación con los españoles y sus usos y costumbres gastronómicas tienen lugar –un trabajo tanto de introspección como de radiografía exterior firmado por Lorenzo Díaz-; 3) “Bien merece una visita”, selección de restaurantes que la revista recomienda visitar; 4) “El sabor de la lectura”, novedades gastroliterarias de toda índole –turísticas, recetarios, de carácter histórico, antropológico, etc.; “Gastronómada” –firmado por G.L.<sup>345</sup> en el que a bordo de un vehículo de nueva aparición en el mercado se realiza un viaje con incursiones gastronómicas<sup>346</sup>-.

Mientras tanto los apartados específicos de opinión se mantienen y en los mismos se actúa con total libertad, desde el editorial hasta “El curioso Impenitente” de Eugenio Domingo y “El gusanón de la conciencia” firmado por El Príncipe (Joaquín Merino).

Recuperadas las notas de distinción y revitalizados los contenidos se abre a partir de ahora un nuevo periodo para la publicación dirigida por Francisco López Canís, quien delega la gestión de Paz Ivison como redactora jefe, y anuncia la dirección de Andrés Proensa, ahora Jefe de la Sección Vinos.

---

<sup>345</sup> Guillermo López.

<sup>346</sup> Este espacio tiene aparición irregular y su contenido guarda relación con el publibreportaje.



Las recetas serán una de las señas de identidad de la revista que encargará deliberadamente las mismas atendiendo a los requerimientos temáticos de cada número. Otras publicaciones optarán por destacar los platos de los restaurantes protagonistas; no será el caso de *Club de Gourmets* durante este periodo en el que también recupera los reportajes de corte histórico, si bien alejados de dogmas para ofrecer el proceso evolutivo de usos y costumbres sobre cocinas, utensilios, modas culinarias, productos, etc.

Los temas que despiertan el interés de la publicación y que merecen mayor atención aquí por su conveniencia o anticipación son: la reivindicación de escuelas de hostelería (unas pocas disponibles en España mientras que en Francia superan las seiscientas<sup>347</sup>); las dietas y la importancia de la fibra alimentaria; los monográficos ligados a las festividades como Semana Santa, etc.; las revolucionarias innovaciones técnicas que ha introducido Juan Mari Arzak<sup>348</sup> –reforma establecimiento en 1988- entre las que se incluye, dentro del espacio de cocina, la mesa para el personal. Inspirado en restaurantes extranjeros como *Comme Chez Soi* (Bruselas) o *Troigos* (Francia), Arzak materializa la que parece ser en estos momentos una ilusión personal por introducir novedades y hacer de la cocina el templo que hoy es. José Carlos Capel firma interesantes textos que encuentran reflejo, también de su mano, en otras publicaciones como *Sobremesa*. Aunque en cada publicación añade las notas estilísticas y los detalles que definen a una y otra, la actualidad boyante de la culinaria en España hace que, por ejemplo, las innovaciones en materia de conservación<sup>349</sup> encuentren hueco en, prácticamente, todas las revistas.

El Primer Campeonato de Cocineros de España, incluido como actividad del *II Salón de Gourmet*; los vinagres; el olivo y sus frutos en completo estado de despegue comercial; Europa (cocineros comunitarios, impuestos, destinos, viajes, vinos...); las guías; los restaurantes cuya profesionalidad será siempre objetivo de esta revista que llega a realizar en este periodo de finales de los años ochenta encuestas a clientes y

---

<sup>347</sup> “La gran esperanza blanca”, Maite Díaz. Revista *Club de Gourmets*, número 143, abril 1988.

<sup>348</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 144, abril 1988, pp. 12-17.

<sup>349</sup> “¿Menú probeta? 2001, una odisea palatial” (sic.). Revista *Club de Gourmets*, número 145, mayo 1988, pp. 12-16.

propietarios de restaurantes para dilucidar cuáles son los problemas o defectos del “servicio a la española” (el resultado fue la falta de profesionalización consecuencia de las escasas escuelas de formación); el boom de las *croissanteries*; el chocolate; el vino verde; los nuevos cavas; el café; la irrupción en el mercado y el sector de las empresas de catering; o el *fast food*, tema que con frecuencia es objeto de crítica y análisis. Uno de los asuntos que más preocupará a *Club de Gourmets* será la pérdida de identidad y de costumbres en torno a la mesa con la merma de la salud que conlleva y la destrucción de una acto principalmente socializante.

Entre la revista será habitual que el lector encuentre, durante los primeros años de existencia del *Salón de Gourmet*, entradas de regalo con la compra de la revista. Asimismo cada número hará especial hincapié en el artífice de las “recetas gourmet”. Itos Vázquez, Belén Llamas, Tomás Herranz (El Cenador de El Prado), Valentina Saralegui (Restaurante Príncipe de Viana), Ángel García (Lúculo), con fotografías de Tayo Acuña - quien viene firmando la imagen de portada- más labores cuidadas de diseño y atrezzo para cada receta, completan el recetario propuesto por la revista para este año.

Cuba, Oaxaca, Oporto, Cerdanya, Berlín, las costas nacionales, Cuba, Thailandia... son los destinos propuestos durante 1988 en lo tocante al turismo, materia tan ligada a la publicación desde hace algunos años como hemos visto.

Con el paso del verano y el décimo aniversario de la guía *Gourmetour* llega también la modernización de portada. Y el encarecimiento en el precio de la revista: 500 pesetas, lo que representa la subida más fuerte que hasta el momento ha llevado a cabo la revista que hacía dos años venía costando 375 pesetas. Meses más tarde, decide regresar al precio anterior, para, definitivamente fijar en 400 pesetas el precio durante 1990.

Durante este año 1989 lo más destacado será la insistencia de la publicación sobre la necesidad de la implicación de las instituciones en la promoción de la gastronomía y el turismo nacional que tantos ingresos proporcionan al país y cuya imagen y comunicación no convencen (la revista opina que se podría hacer más y mejor). Como viene siendo habitual *Club de Gourmets* mira a Francia en este terreno



donde por poner un ejemplo en este periodo el Bocuse D'Or<sup>350</sup> cuenta con un presupuesto de nada menos que 80 millones de pesetas, una cifra astronómica para España. La revista reclama la atención sobre el que será el II Campeonato de Cocineros de España, actividad que ya forma parte del *Salón*.



Imagen de la entrada al *II Salón del Club de Gourmets*. Abril, 1988. La revista entregaba durante el mes de marzo, dos entradas de acceso en cada ejemplar, dinámica que mantiene viva hasta hoy.

Las cocinas de “al baño maría”, la del Al-Andalus, la de la carne de caballo, la cocina al vacío, los sorbetes, la tapa, las algas y la caza, junto a los vinos de California, los vinos de las antípodas (Nueva Zelanda), la falsificación de bebidas y la irrupción de los productos de cuarta gama (frutas y hortalizas que se venden en el mercado transformadas para su consumo, limpias, peladas y cortadas según el caso), y, el agua y sus peculiaridades (beneficios, características, manantiales, etc., un tema que viene pegando fuerte y que cuenta siempre con un buen abanico de inserciones publicitarias por parte de reconocidas marcas) son lo más destacado del año que cierra con las recetas de Manuel Domínguez (Combarro – Madrid), Alfonso Dávila (Jockey – Madrid), Ramón Ramírez (El Amparo – Madrid), Abraham García (Viridiana – Madrid), Benjamín

<sup>350</sup> Revista *Club de Gourmets*. Número 155 de 1989. Editorial.

Urdain (Zalacaín – Madrid), José María González Barea (Rte. Currito - Vizcaya), Ángel García (Lúculo – Madrid), y, Tomás Herranz (El Cenador del Prado – Madrid).



Imagen de la nueva remodelación. Portada número doble 148-149, agosto-septiembre de 1988.

En 1990 el gastronómada será José María Visea. Las secciones fijas se amplían considerablemente con las aportaciones de Pedro Altares y su espacio titulado “El velador”, “Memorias gastronómicas” firmado por Javier Martínez Reverte, “Carta Abierta” –más tarde “Cartas a mi sobrina”- firmada por la Marquesa Vda. de Aquaspeña, y, “Tome nota” espacio asumido por “varios”. A mediados de año se incorpora también “Confidencias a fuego lento” de Enric Hercé sobre las trastiendas de fogones y cocinas, secretos y bulos sobre recetas, personajes y productos.

La sociedad de consumo está plenamente instalada y la gastronomía se ha convertido a estas alturas en una opción más. Las cartas diseñadas y elaboradas para seducir de entrada a través de las letras, con títulos para platos dignos de representaciones teatrales, van acompañadas de la parafernalia estética de los locales. La cocina está de moda. La *nouvelle cuisine* pierde protagonismo y será la temporada de cocinas, o, más bien, las cocinas de temporada las que regirán la vida de los comensales en España. La cocina china es el otro tema que aparece como fenómeno imparable y con reflejo en el resto de publicaciones durante este periodo.

A partir de este año la guía que durante once años ha venido editando el Grupo Club de Gourmets, llega a un acuerdo con BMW que dotará al equipo de redacción que elabora la guía, de los recursos necesarios para que puedan perfeccionar al máximo su trabajo. La guía viene realizando una amplia selección de información, inspección constante de establecimientos y actualización permanente de datos que consume energías y recursos. El acuerdo sin duda supone un impulso adicional para el proyecto.

Enero de 1991 irrumpe con la selección habitual de los mejores vinos de España que ya no son 100 ni 101. Los progresos en la calidad del vino español durante la última década son tan evidentes que la cifra anterior supone un límite. El número 177-178 de enero-febrero de *Club de Gourmets* se acompaña de las recetas elaboradas para la ocasión por Abraham García en una propuesta inolvidable en comunión absoluta con este ejemplar. Este es el año en el que el agroturismo aparece en escena, modestamente, sin llamar la atención, pero presente y creciente como ha demostrado después. La campaña en contra del fumador de puros ha hecho mella en los aficionados que durante algún tiempo han elevado protestas a través de cartas dirigidas a esta revista, que decide tomar cartas en el asunto publicando un reportaje específico intentado aclarar las bondades del puro frente al cigarro<sup>351</sup>. La invasión de los productos gastronómicos gracias al borrado europeo de fronteras comienza en algunos establecimientos a ser una realidad y así lo traslada la publicación, cuyas principales firmas aluden una y otra vez a la entrada en el mercado común. Muchos indican a sus lectores que “no todas las invasiones son indeseables”<sup>352</sup>. También vuelven a escena los avances de los centros de investigación de alimentos y nutrición como el ubicado en Oxford, donde, estando a la última, han desarrollado nuevas formas de envasado que amplían las posibilidades de las verduras. Con las verduras, precisamente, anda volcado en este periodo José Carlos Capel, quien da cuenta en varios medios, *Club de Gourmets* incluido, de los cambios espectaculares que se han producido gracias a la revolución operada en los medios de transportes, los avances sobre cultivos de invernadero y las ventajas que ha supuesto el almacenaje y la cadena de frío en el viaje de la “oferta verde”<sup>353</sup>.

En enero de la siguiente año la revista decide de nuevo realizar un ligero incremento de precio (425 pesetas). A estas alturas las cartas de los mejores restaurantes del país ofrecen platos singulares, únicos e irrepetibles, pero también suponen una factura elevada. *Club de Gourmets* consciente de este hecho lleva tiempo aclarando a sus lectores que este tipo de restaurantes de lujo son idóneos para ocasiones

---

<sup>351</sup> “Fumar sin miedo”, Mariano Llona. Revista *Club de Gourmets*, número 188, 1990. Pp. 74-79.

<sup>352</sup> “Europa en el supermercado”, Pedro Altares. Revista *Club de Gourmets*, número 179, p. 74.

<sup>353</sup> “La segunda revolución verde”, José Carlos Capel. Revista *Club de Gourmets*, número 179, pp. 30-37.

especiales. La experiencia que proporcionan difícilmente podrá disfrutarse en otros establecimientos sin embargo para la revista la cuestión verdaderamente relevante radica en conseguir comer bien en cualquier sitio sin necesidad de pagar una fortuna<sup>354</sup>.

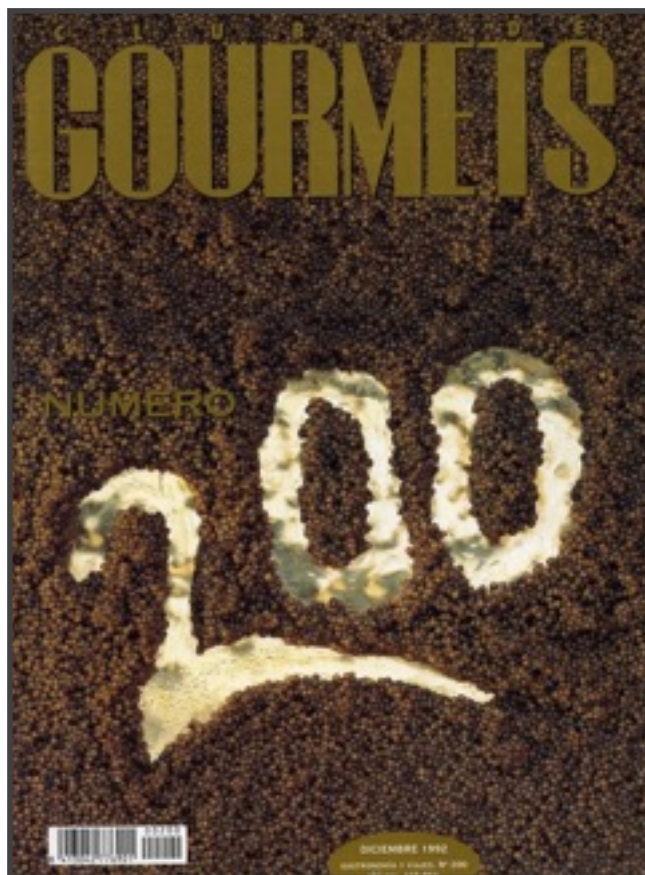
La exposición universal de Sevilla, el *VI Salón de Gourmet*, las olimpiadas. Estos son los temas más relevantes del año 92 que, en armonía con el resto de temas de los que dará cuenta la publicación –mariscos del mundo, setas, vinos de Sudáfrica, panes, bocadillo de autor y todas las modas que centran el producto estrella del año- culminan con la celebración de los diecisiete años que lleva la publicación en el mercado. Luis Marcet inaugura sus aventuras como Robin Food ese mismo año. Una sección propia con la que cerrará sus páginas la publicación y que estará vigente sólo durante este mismo año. Destaca la serie V Centenario que a través de varias firmas y productos repasa los hitos del descubrimiento de América.

La revista que ha puesto sobre la mesa de los españoles los mejores productos, contextualizándolos, celebra su número 200 en el mes de diciembre con el agradecimiento al público lector. *Club de Gourmets* ha confrontado durante este tiempo una materia sensible como es la alimentación del ser humano desde su lado más hedonista. Este tipo de periodismo que tiene por objeto conseguir la felicidad de los humanos, encuentra en *Club de Gourmets* el punto de partida en absoluto autocomplaciente. Durante estos números las críticas y las llamadas de atención han sido abundantes. La representación de la cocina, la imagen de chefs, no ha perseguido en

---

<sup>354</sup> Así lo refleja en varios de sus editoriales de este año, donde destacan los de los números 189-190 de enero-febrero y 191 de marzo de 1992.

modo alguno contribuir a su encumbramiento o agasajar egos. Mas al contrario, en la búsqueda de la perfección de una profesión que le merece el mayor de los respetos ha venido mostrando aquellos locales con sus apuestas que mejor representaban los tiempos actuales. Sobre las cocinas en reiteradas ocasiones se interrogará esta publicación sobre la conveniencia de las etiquetas –nueva cocina, cocina de autor, cocina de los aromas, de temporada...- para concluir que lo de menos son los nombres, sobre los cuales tiene sus dudas porque responden más a intereses mediáticos. Firme velador del comensal, la revista siempre velará por la comida de calidad y salubre, al margen de etiquetas.



Con el modelo de revista perfectamente definido durante este año la fotografía merece atención pues su calidad aumenta considerablemente. Las firmas habituales de la revista (Javier Martínez Reverte, Oscar Caballero, María Otero, Enrique Bellver, Mayte Díaz, Andrés Proensa, Paz Ivison, Luis Bettónica, José Carlos Capel, Belén Díaz-Calero, Lorenzo Díaz...) se ven complementada por otras de aparición irregular o esporádica.

De manera trágica comienza 1993, el año en que la internacionalización del *Salón del Gourmet* es un hecho con la presencia de firmas y chefs procedentes de Bélgica, Portugal, Alemania y Francia. Con el número de enero-febrero esta revista anuncia la pérdida de Santiago Blanco, recientemente fallecido con apenas 31 años y responsable del último diseño de *Club de Gormets* y su maquetación. Alicia Romero será la encargada de sustituir al joven diseñador gráfico a partir del número 204 del mes de abril.



El cerdo y sus cortes; los tabúes religiosos; la cocina mitológica; la cocina de los flores; el whisky de malta; la cocina de Vietnam; el ajo y sus infinitas, recuperadas y nuevas posibilidades; el caviar; el cava; la definitiva y reconocida por la revista como “moda de las transparencias –aguas-”<sup>355</sup> y las recetas del restaurante El Olivo, del Mesón del Peregrino, de Itos Vázquez Fernández de Liencres, La Paloma, El Amparo, Mallorca y Katerin Congressos acaparan 1993, año de la Unión Económica y Monetaria de Europa.

Trasladada la redacción a la Cuesta de San Vicente, número 4 (Madrid) *Club de Gourmets* tiene por delante tres años vertiginosos en los que destacará, nuevamente, el equilibrio entre contenidos. Si el año anterior lanzaba una encuesta a los lectores sobre la publicación, este año, en el que vuelve a subir el precio de los números especiales (600 pesetas), repite iniciativa en ese afán de focalizar intereses y dar forma a la revista idónea que cumpla las demandas del público. El número de cabeceras presentes en este periodo es abundante y casi todas las publicaciones reajustarán en repetidas ocasiones tanto firmas como contenidos. Los cambios serán paulatinos en esta publicación, sutiles si se prefiere. Exceso de celo o mimo editorial, la estrategia a seguir por los responsables de la revista es la de tomar el pulso a su audiencia con este tipo de encuestas. Cualquier novedad se introduce entre las páginas sin que apenas se mencione en el editorial o se avise al lector de manera directa. Extremadamente cautelosos las innovaciones son retoque sutil, parece que no se quiere alertar, asustar o sorprender a un lector claramente identificado, objetivo de la publicación.

El precio habitual de la revista se fija en 500 pesetas. La sección “Gourmetocio” se convierte con el número doble 213-214, publicado en enero/febrero de 1994, en páginas destacadas de territorio gourmet: con cada nueva entrega irán apareciendo “París Gourmet”, “Madrid Gourmet”, “Cataluña Gourmet”, “País Vasco Gourmet”, “Galicia Gourmet”, “Andalucía Gourmet”, etc. Y desaparecen definitivamente los espacios de opinión durante años ocupados por Joaquín Merino y Eugenio Domingo.

Aunque el esquema de la revista en su conjunto se mantiene inalterable con la incombustible “Mesa Revuelta” y los reportajes como fuerte de la publicación (dedicado a un producto, cocina o lugar, sobre el que gira el resto de contenidos que cierran la

---

<sup>355</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 207, julio de 1993.

apuesta temática principal de cada mes), se producen este año notables cambios como la llegada de Guillermo S. Castañón, quien firmará, a partir del mes de febrero, el espacio “Sofritos”, una página en la que, entre platos, se resumirá la prensa nacional en clave de humor. “Lecturas Gourmet” y “Del tinero al puchero” de Marina Domecq, prometedora saga gastroliteraria que hizo una tímida aparición dos años atrás, ahora cobra algo más de fuerza con los recorridos por cocinas y letras de importantes literatos: Emilia Pardo Bazán, Blasco Ibáñez, Julio Camba y Émile Zola<sup>356</sup>.

María Jesús Gil de Antuñano firma algunos reportajes mientras la cerveza se convierte este año en un ingrediente de moda. Numerosos chefs presentarán sus platos con la cerveza como ingrediente y no como acompañamiento. Raya, angulas y mariscos son productos destacados junto con los vinos escogidos por la publicación, listado hecho público a primeros de año. Cada número de este año 1994 la revista destacará un comercio especializado que por sus características se convierte automáticamente en paraíso de golosos. Borgoña, Cuba, Viena, Bélgica, Marbella, Canarias, Portugal, Papua Nueva Guinea..., deportes de invierno y gastronomía para disfrutar en estos destinos vacacionales o turísticos ocupan el espacio que la revista dedica a los viajes. Y por segundo año consecutivo, *Club de Gourmets* organiza un curso de Iniciación a la Cata de Vinos dirigido por Julia del Castillo, enóloga colaboradora de la revista.

En la realización gráfica de las portadas de este año participan: Marta Bacardit, Julio Sevillano, Tayo Acuña –habitual de la publicación-, Nines Mínguez, Ángel Rico y Mínguez Asiain. Y las recetas que se propone a los lectores durante los diez meses de 1994 estarán ejecutadas por: Rte. Akelarre, Rte. La Hacienda, Itos Vázquez Fernández de Liencres, Rte. Viridiana, Rte. El Foque, las recetas ganadoras del IV Campeonato de España de Cocineros celebrado durante el *VIII Salón del Gourmet*, Rte. Neichel, La Gastroteca y Rte. Steirereck.

El Dr. Thebussem, José Ortega y Gasset y varios de los poetas de la Grecia clásica son los protagonistas de la sección “Del tinero al puchero” en 1995. “Sofritos” viene ahora con “Refritos”. El resto de secciones continúan dando cuenta de la actualidad,

---

<sup>356</sup> El texto sobre Emilia Pardo Bazán fue el primero que se publicó en el año 1992. El resto de autores señalados son los protagonistas de 1994.



noticias, ciudades y oferta gourmet. Como cada año, vuelven a escena la selección de los mejores vinos españoles y, en el periodo estival, los mejores restaurantes españoles a los



Portada número 236, diciembre de 1995.

que esta ocasión se les evalúa, puntúa y pregunta sobre la innovación en su cocina.

El *steak tartare* (sic.), el plátano en la cocina, recetas de película, verduras congeladas, la cocina del terruño –cocina regional-, los ingleses y la cocina, son los temas culinarios que aborda *Club de Gourmets* este año. En cuanto a viajes, destacan por su originalidad con respecto a otras propuestas insertas en las revistas especializadas en gastronomía durante este 1995: Mongolia, Petra, Los Andes, Chile y Zimbabwe. Las portadas son para Nines Mínguez, Mínguez Asiain, Tayo Acuña, Guillermo Asián y

Sacha. Este año predomina la búsqueda de comidas exóticas: cocina china, el paraíso de la cocina de oriente y la carne de avestruz cerrarán los temas culinarios y centrales de los últimos ejemplares de este año.

Termina 1995 con la muerte de Néstor Luján, figura emblemática de la cocina, del periodismo gastronómico, de los medios especializados en gastronomía, de la literatura con más sabor en España.

Como era de esperar por el boom oriental anterior, el nuevo año reaparece de nuevo Oriente, ahora bajo el titular “La nueva cocina China”<sup>357</sup> o “Vivir para comer”<sup>358</sup> – especial de Paz Ivison, ahora subdirectora de la revista, con atención a la cocina de Chiu Chow, Shanghai, Cantón, Pekín y Szechewan-. La jefa de redacción será Magdalena S. Castañón.

Con 1996 regresan también los vinos ecológicos<sup>359</sup> que antaño hicieron su aparición pero que, silenciados durante unos cuantos años y tras los buenos resultados obtenidos, acaban convirtiéndose en objeto de observación de las publicaciones gastronómicas. El análisis y la cata aguardan en el primer número de este año, junto a la selección de los mejores vinos españoles. Todo un logro para los vinos catalogados bajo los términos de vinos sanos, biológicos, biodinámicos, ecológicos o sin azufre.

Durante 1996 los responsables de la sección de vinos serán Gonzalo González y José L. C. Martínez de la Riva. La revista pone en marcha nuevas secciones: “Complemento directo” sobre todo lo que no es comida y acompaña la comida; “Motor Gourmets” de Juan Diego Alcaraz; y se afianza “El Mercado del Chef”, espacio que informa sobre alimentos y productos añadiendo datos de interés nutricional; y aparece en un solo número “Del tintero al puchero” de Marina Domecq, esta vez para dedicarse a los banquetes romanos.

El vinagre de módena que ya estuvo presente en la revista esa ahora el ácido de moda, la religión y la gastronomía, la comida *casher*, el servicio del vino –tema clásico educativo que reaparece con aires modernos-, el mercado, la nueva cocina de los Friexa, el *X Salón del Gourmet*, los vinos de Nueva Zelanda, el diseño y evolución de las cartas de los restaurantes -verdaderas obras de arte con las que rematan los nuevos conceptos culinarios-, y la irrupción del binomio ginebra y tónica de la mano de Schweppes, va a ser los temas principales. Gaspar Rey y Rafael Pérez Castell firmarán un reportaje sobre la gastronomía y el espacio, con ilustraciones de Rafael Zarza, incluido en el número 247 del mes de noviembre.

---

<sup>357</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 237-238, enero/febrero de 1996.

<sup>358</sup> Ibid.

<sup>359</sup> Ibid.

En junio de este año *Club de Gourmets* viaja hasta el Caribe con el *I Expogourmets Caribe*, una muestra que nace con la aspiración de intercambiar placeres gastronómicos y culturales en torno a la alimentación. La revista dedicará en el número de verano (número 224-225 de agosto-septiembre) un reportaje a esta experiencia.

La fotografía es ahora mucho más que una composición fiel al bodegón; la imagen desencadena un cúmulo de sensaciones que, ante el espectador, ejercen un poderoso influjo sobre el alimento y su deseo.

La Mesa de Cata de *Club de Gourmets* continúa lanzando cada año nuevo, el número especial con los mejores vinos de España. 1997 supone un reto para una publicación que inaugura el año con 250 números a sus espaldas. Durante estos años, la actualidad gastronómica, la selección de vinos y restaurantes, y el esfuerzo del equipo de redacción y colaboradores, han dado lugar a varias remodelaciones internas que sin embargo, y gracias al juego de imaginación desplegado, consigue colocar cada mes nuevas propuestas, nuevos temas basados en “viejos productos, figuras o temas”, que fueron abordados con anterioridad. Sin embargo, la alta cocina (en plena ebullición), la irrupción de nuevas bodegas y nuevos vinos, la incorporación de eventos en la agenda, de citas gastronómicas, hacen que estemos ante un periodo fructífero para las publicaciones especializadas. Los nuevas investigaciones que evidencian los beneficios del consumo del vino y más concretamente los estudios sobre el resveratrol y su poder antioxidante, o la sustancia llamada quercetina, presente en el hollejo de la uva que contribuye a mantener las arterias limpias y reduce las posibilidades de infarto; la sección Vinomanía, elaborada por Paz Ivison, donde se aglutinarán las páginas Vinoticias aumentan sus contenidos y añaden “Las Rutas del Vino”; y la cada vez más fuerte presencia e importancia del vino en la cartas de los principales restaurantes del país a juzgar por los textos y sus informaciones. Las mismas ejercen de bandera para un sinnúmero de establecimientos. El vino es sin duda uno de los temas más presentes dentro las páginas *Club de Gourmets* en este año.

1997 es el año en el que se celebra el I Congreso Científico Internacional de Vino y Salud organizado por la Fundación para la Investigación del Vino (FIVIN)<sup>360</sup>. Es el año

---

<sup>360</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 259, noviembre de 1997.

en que Elena Arzak consigue cierto protagonismo o capta la atención de las revistas. De la mano de su padre protagonizará la portada, cuya fotografía es obra de Sacha Hormaechea. Lo mismo ocurrirá con Ferran Adriá. Su cocina será protagonista de las recetas del número 252 del mes de abril de este año. La espectacularidad y peculiaridad, la transgresión evolutiva a todos los niveles de la cocina gestada en Cala Montjoi, comienza a ser una realidad para el público y como tal *Club de Gourmets* la muestra a sus lectores. El equipo creativo de ElBulli lleva desde 1994 trabajando; un año después, en 1995, con la primera edición de la guía a cargo de Rafael García Santos, *Lo mejor de la gastronomía*, el restaurante alcanza la mayor puntuación (9,75)<sup>361</sup>, la guía *Gourmetour* le otorgaría 9,5 sobre 10; y será, precisamente, este año 1997, el año en el que el restaurante consigue, gracias a la labor innovadora de Adriá la tercera estrella Michelin. Paz Ivison y Mayte Díaz firmarán este breve reportaje donde toda la atención queda acaparada por los platos propuestos del chef catalán en un número cuyo plato fuerte es compartido con el centenario del nacimiento del escritor y gastrónomo, Josep Pla.

Bon Vivant, firmará las crónicas gourmet desde Londres. Lo mismo harán Oscar Caballero (París), Mayte Díaz (Cataluña), Juan Carlos Alonso (Andalucía), Lluís Ruiz Soler (Levante) y Marina García (Castilla y León).

El arroz, los mariscos, el chocolate, los guisos de otoño, los boletus, el vino y sus virtudes, los cavas por Navidad –clásico donde los haya ya no sólo de *Club de Gourmets*, sino de todas las publicaciones en este tramo estacional-, son motivos de extensos reportajes donde lo único que se repite es el objeto central del texto, el hilo conductor que, completamente actualizado, se presenta al lector con la recuperada rigurosidad de antaño y, sin embargo, a través de textos algo más reducidos.

Bali, Seychelles, El Tirol o Isla Reunión son las principales propuestas gastroturísticas de este año de la publicación, en la que se instalan importantes cocineros junto a su recetas en este 1997. En este sentido, la publicación da un giro y comienza a otorgar un papel destacado a la figura artífice de las recetas que desde su fundación se incluyen en la revista. El recetario se ha convertido en una de las entregas

---

<sup>361</sup> Historia del restaurante ElBulli, página web. Última consulta 20-11-2015. [En Línea]. Disponible en: <http://www.elbulli.com/historia/index.php?lang=es&seccion=4&subseccion=6>.

más esperadas, la situación de la cocina, la incorporación y reconocimiento de muchos restaurantes hacen que, al igual que el resto de publicaciones, *Club de Gourmets* mire directamente a los ojos del cocinero. Si antes la atención estaba puesta en la receta, su fotografía e instrucciones de reproducción, a partir de este año y con cada número, un cocinero destacado o de actualidad, abrirá estas succulentas páginas que desde su irrupción, suponen en sí mismas un recorrido histórico por las mesas de los principales restaurantes de España y Europa, fundamentalmente. Las recetas de Juan Mari y Elena Arzak<sup>362</sup>; las recetas de arroz de Norberto Jorge de Casa Benigna<sup>363</sup>, –tradición, presentación y fundamento culinario con el arroz como producto estrella del establecimiento–; el placer de la comida y las nuevas formas culinarias, la nueva estética y sus impactos pasean por *Club de Gourmets* de la mano de Ferran Adrià<sup>364</sup>; Jacque Le Divallec creador de la carta del restaurante Berceo (hotel Villamagna) que está siendo objeto de admiración dentro del sector de la restauración, verdaderamente sorprendido por la capacidad de transformación de recetas recuperadas procedentes de viejos manuscritos marinos<sup>365</sup>; Aitor Basabe y David Bosch, responsables de cocina y sala respectivamente del establecimiento San Román de Escalante<sup>366</sup>, donde cada día se armoniza antigüedad y vanguardia; las recetas de Joaquín Schmidt<sup>367</sup>, quien ubicado en Valencia demuestra la conexión entre cocina mediterránea y modernidad culinaria; la tapa, cuya instalación y demanda será a partir de ahora imparable, viene de la mano de Mikel Santamaría y el local en el que trabaja, Tapas-Bar Teatríz<sup>368</sup>; Martín Berasategui<sup>369</sup> y todo su genio de chocolate en un despliegue de recetas golosas sin igual –“*Nougantina de cacao con mousse de ciruelas, pasas y salsa de cítricos*”, “*Crema cuajada de chocolate*,

<sup>362</sup> “Estilo Arzak. Retrato de familia”. Revista *Club de Gourmets*, número 249-250, enero-febrero de 1997, pp. 86-95.

<sup>363</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 251, marzo de 1997, pp. 26-33.

<sup>364</sup> Con fotos de Francesc Guillaumet la revista publica, en el número 252 del mes de abril de 1997, una selección de las mejores propuestas servidas en El Bulli. pp. 33-45.

<sup>365</sup> El responsable de la reproducción en Madrid de las recetas de Le Divallec es su discípulo Thierry Buffeteau. Revista *Club de Gourmets*, número 253, mayo de 1997, pp. 20-27.

<sup>366</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 254, junio de 1997, pp. 30-39.

<sup>367</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 255, julio de 1997, pp. 43-55.

<sup>368</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 256-257, agosto-septiembre de 1997, pp. 44-52.

<sup>369</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 258, octubre de 1997, pp. 26-34.

*frutos secos y mousse de coco*”, “*Soufflé de chocolate con crema helada de yogur*”, “*Canutillos de chocolate, mascarpone y gelatina de regaliz*”, “*Sopa de frutas y verduras al aroma de tomillo, limón y crema helada de chocolate blanco*”; los guisos de otoño de El Portalón elaboradas por Félix Altoalaguirre<sup>370</sup>, una cocina en la que destacan las combinaciones entre materias primas y la reinención de “viejos platos” que con ellas consigue –“*Alcachofas con setas y salsa de tuétano*”, “*Estofado de habas con pisto y cigalas*”, “*Alubias blancas con perdiz escabechada*”, “*Bacalao confitado con caracoles y pimientos choriceros*”, “*Muslo confitado con nabos y alubias rojas de Guernica*”, “*Mollejas de ternera con trufa*”; y las propuestas de Navidad de Santi Santamaría<sup>371</sup>, un banquete donde los ingredientes silvestres y salvajes cobran protagonismo –“*Ternera de Lluerna y caviar de Kalix con hinojo silvestre*”, “*Panagals con polvo de laurel ceps*<sup>372</sup> y *sabateres*<sup>373</sup> *crudas*”, “*Caracoles y ancas de rana con sofrito de cebolla y tomate*”, “*Corteza de jabalí con membrillos*”, “*Trufa y sémola*”, “*Plátanos salteados con buñuelos de hierba Luisa*”.

No es ninguna novedad que el tabaco a pesar de restricciones viene formando parte, con mayor o menor presencia, de este tipo de publicaciones que gustosamente cederán espacio ante un producto que, asentado en la sobremesa, encuadran dentro del deleite gastronómico. Lejos quedan las prohibiciones y las campañas anti-tabaco. En estos momentos, quizás influenciados por la presencia masculina en puestos de responsabilidad dentro de este tipo de publicaciones en este periodo concreto de la historia, el cigarro puro se encuentre con todo a su favor. A pesar de ser también objeto de consumo por parte del sector femenino, el cigarro puro, sus historias, catas, influencias y comercios vendrán siempre bajo el brazo de firmas masculinas. Y así, atendiendo a placer y moda, la revista *Club de Gourmet* lanza este año una revista específica para el fumador: *Gourmetabaco*, cuya primera entrega realiza junto a la revista tradicional en el mes de agosto-septiembre.

<sup>370</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 259, noviembre de 1997, pp. 36-49.

<sup>371</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 260, diciembre de 1997, pp. 23-37.

<sup>372</sup> Tipo, variedad, de boletus.

<sup>373</sup> Ibid.

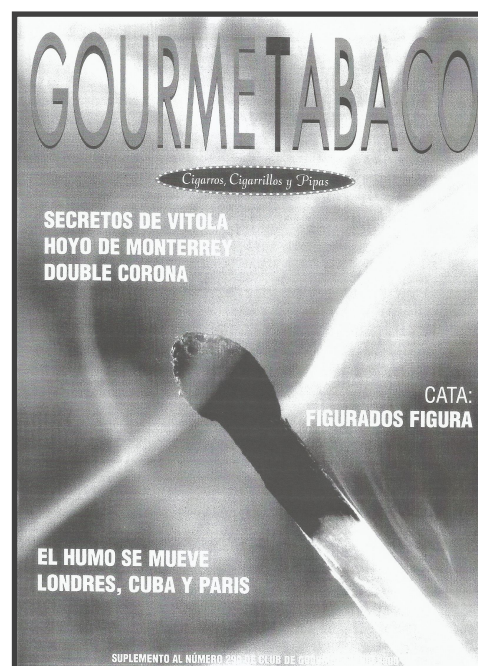


Para *Club de Gourmets*, la revista gastronómica con la que comienza, verdaderamente, la era de lo que podemos considerar revista contemporánea especializada en gastronomía, el año 1998 no representa cambios significativos en cuanto a estructura o estilo de contenidos y, en sentido general, estilo de redacción. Los hasta ahora colaboradores de la revista han acomodado perfectamente el estilo de escritura y amoldado temas al gusto de la revista que es al fin y al cabo quien rige el proyecto editorial. La uniformidad en este sentido, representa aquí, la estabilidad de una revista que cuenta con lectores fieles y continuos.

La revista vuelve a regalar, en el mes de abril, entradas que dan acceso al que ya es *XII Salón Internacional del Club de Gourmets*. Y a partir de ese mismo mes la sección fija “El Gastronómada” vendrá firmada por Jaime Hernández.

Instalados ahora en la calle Claudio Coello, número 52, 1ª planta (Madrid), el trabajo de la redacción continúa mes a mes para desarrollar nuevos temas y coordinar la amalgama de textos que participan cada mes en la publicación. Los principales temas de este año quedan divididos en los ejes naturales de cualquier publicación gastronómica: vino y gastronomía, a la que *Club de Gourmets* añade viajes. Sin subtítulo alguno la revista se ocupa, como viene siendo habitual a través de los dos números dobles (enero-febrero y agosto-septiembre) de los mejores restaurantes de España y los mejores vinos del año anterior con los que inaugura la temporada de 1998. Pero este año el mes de julio también destacará los mejores vinos del año 1997, con especial atención en los blancos que copan la portada (*Cosecha blanca. Los mejores vinos del año 1997*)<sup>374</sup>.

<sup>374</sup> Habitualmente, la selección del comité de cata viene publicándose durante el mes de enero con un ejemplar doble. Este año 1998, la gran cosecha de blancos que ha tenido lugar durante 1997 lleva a la revista a incluir en el número 267 del mes de julio unas páginas especiales tituladas “Cosecha blanca”, pp. 25-37. En adelante, el resto de páginas será para la selección de rosados y tintos.



*Gourmetabaco*, suplemento adjunto a la revista *Club de Gourmets*. Portada del ejemplar incluido en el número 290 de junio de 2000. Cabecera Jacobo Gavira.



La responsabilidad creativa y de ejecución de las ansiadas recetas propuestas durante estos diez meses por *Club de Gourmets* recaen en los siguientes restaurantes: La Cocina Aragonesa (ubicado en Huesca, bien podríamos reticular el local como la cocina de la carne ya que ofrecen recetas con la carne de caza, principalmente, como ingrediente central, que está realizada por el chef Ignacio Uraín); Toñi Vicente (que ya estuvo en la publicación con anterioridad aparece ahora con sus recetas de vanguardia en torno al marisco completamente trabajado y limpio, listo para comer con cuchillo y tenedor; su restaurante lleva su mismo nombre y se encuentra en Santiago de Compostela); la cocina del Rocamador, en el Almendral, (el singular establecimiento que también ofrece pernoctaciones está situado en la provincia de Badajoz, su cocina está elaborada por Aizpea Oihaneder y Xavi Díez; una serie de recetas elaboradas con aceite de oliva virgen extra de Jaen, cocinadas por Dolores; Restaurante Zortziko en Vizcaya con la cocina de Daniel García; El Corral del Indiano (situado en Asturias, el chef José Antonio Campoviejo, es en estos momentos “una joven promesa”); el restaurante Atrio (Cáceres) reinterpreta una serie de recetas basadas en el recetario y los banquetes romanos; El Cenador de Amós (Cantabria) y su propietario, Jesús Martínez, propone una cocina entre montañas con elaboraciones artesanas; la alta cocina elaborada desde Saint Moritz, en el restaurante Jöhri’s Talvo por el chef Roland Jöhri; las recetas elaboradas en el restaurante Las Rejas, ubicado en Las Pedroñeras (Cuenca) cierran el año. Todas las fotos de los platos estarán elaboradas por Tayo Acuña, quien firma además las fotografías de todas las portadas, excepto las del mes de octubre y noviembre, obra de Pedro Madera.

Carlos Guerra es el autor de la ilustración de la portada del número doble 261-262 (enero-febrero); Francisco Alarcón Morales la del mes de julio, ejemplar número 267; José Manuel Salazar es el responsable de la composición de portada del número 268-269 (agosto-septiembre).

La revista suma este año a sus secciones fijas que continúan sin ninguna novedad, una serie original y temporal, de carácter monotemático, y una columna de opinión: “Las crónicas de Liebing” de Ramón G. Trelles, una serie limitada protagonizada por la reproducción de cromos con motivos relacionados con la cosecha y la

alimentación (básicamente), irrumpe con el número 264 del mes de abril de 1998<sup>375</sup>; y el “Contrapunto” de Alfredo Franco Jubete, espacio de opinión, hace lo mismo exactamente un mes después, en mayo de ese mismo año. El espacio de Jubete no rebasará el nuevo y próximo año.

La revista acumula en estos momentos veintitrés años de vida dedicados a fomentar un estilo de vida saludable y placentero. Aunque siempre son los reportajes y las recetas dedicados a los establecimientos más reconocidos o destacados los que cautiven los ojos del lector, aspecto perfectamente comprensible; *Club de Gourmets* ha procurado, durante todo este tiempo, incluir entre sus páginas propuestas formativas y culturales a través de reportajes sobre producto, sobre todo, y sobre bodegas y vino, donde la evolución –crecimiento, calidad, tecnología, nuevos vinos- ha sido tan espectacular como la propia cocina.

Restan sólo unos meses para superar el siglo, para comenzar uno nuevo. *Club de Gourmets* no se deja llevar por el temido efecto 2000 y durante este año 1999 se preocupa más por la revisión del extraordinario recorrido del vino español acaecidas durante los últimos cuarenta años. Si hacía tiempo que la revista no incluía el mundo editorial más allá de la noticia, con el número 275 del mes de marzo de este año aparece “El sabor de la lectura”, firmado por Marina Domecq.

Las nuevas tecnologías y el empleo de paneles solares en zonas de cultivo –como viñedos-; el reciclaje –en su sentido más general, desde anuncios a reciclaje de alimentos-; y la cocina de los Paradores Nacionales –en diferentes números y versiones en función de la hora del día y la comida a ella asociada; son los temas que hasta el momento no han aparecido y que marcan cierta novedad marcada por la actualidad social y medioambiental del momento, así como por el impulso que se está realizando

---

<sup>375</sup> Se trata de la reproducción de una serie de cromos que la empresa de producción de concentrados de carne, Liebig, editó y que acompañaba al producto. Su valor principalmente es artístico y por supuesto va acompañada de una importante labor de investigación y localización de los cromos dignos de colección; la reproducción de imágenes se acompañan de pequeños textos descriptivos sobre las escenas de los mismos.

desde los propios Paradores en su tarea de promoción<sup>376</sup>. Los productos y los textos vinculados a los mismos decaen durante este año. También se publican los primeros cursos para profesionales que se imparten en El Bulli, en el Aula Chocovic.

Las recetas de la Navidad, retratadas por Sacha Hormaechea, son responsabilidad de Juan Mari Arzak y Ferran Adriá<sup>377</sup>. El chef catalán propone en su menú de despedida de año viejo y entrada del año nuevo: *“Tostada de pan de payés con trufa”, “Vieiras al natural”, “Ostras al cava”, “Almejas con cardos”, “Foie gras en escabeche frío”* con frutas del bosque –fresas, endrinas, grosellas- y frutos secos –pistacho, castellanas, avellanas, almendras-. Por su parte, Juan Mari Arzak propone: *“Ostras con puerro, tocino y alubias”, “Angulas calientes con vinagreta de trufa”, “Cardos con alcachofas”, “Pato salvaje asado con manzana errezilla y castañas”, “Natillas con islas flotantes”* y *“Compota navideña”*.

El resto de recetas que publica *Club de Gourmets* este año recaen en: La Terraza del Casino de Madrid, en cuyo frente culinario se encuentra el chef, Javier Sancho, cuyo maestro ha sido Ferran Adriá, y el repostero. Juan Carlos Cabezudo, a los que suma el trabajo del maître, Rafael Lomas; los restaurantes Jordi Parramón (Vic, Barcelona) y Can Jubany (Calldetenes, a cuatro kilómetros de Vic, Barcelona); el restaurante Sant Pol, situado en Sant Pol de Mar (Barcelona) donde ejerce la chef Carme Ruscadella (*“Terciopelo de fresones con hojas de pimienta, bonito y Kellogg’s de pescado”, “Coca de sepia, vegetales salteados y crudos con romesco a las hierbas”, “Flor de calabacín rellena sobre brandada de bacalao y salteado de pimientos”, “Albóndiga sorpresa sobre dos parmentiers”* y *“Cornete de arroz con chocolate al curry sobre crema de manzana”*<sup>378</sup>); el Asador Viñuelas de San Sebastián de los Reyes donde cocina Eusebio Gómez y La Estrella de Plata de Didac López en Barcelona; El Chaflán del Hotel Aristos en Madrid; Casa Gerardo –restaurante tradicional donde la evolución de la cocina asturiana es una

<sup>376</sup> Estos textos no responderán a la fórmula del publisreportaje. La revista recoge el testigo (sin duda promocionada desde los aparatos de comunicación interna del Estado o en quien el mismo haya delegado) de la renovación de la cocina en estos singulares establecimientos repartidos por la geografía española pero desarrolla su propia lectura o interpretación al tiempo que ofrece algunas recetas al lector.

<sup>377</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 284, diciembre de 1999, pp.43-62.

<sup>378</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 277, mayo de 1999, pp. 32-43.

realidad y las fotografías de cada uno de sus platos son obra de Sacha Hormaechea- ejecuta un mini recetario irresistible (*"Fabada de Prendes"*, *"Cabracho al horno con aceite de perejil y verduras"*, *"Patatas con picadillo y huevo"*, *"Huevos con huevas"*, *"Raviolis de pitu de caleya en consomé de su jugo"*, *"Milhojas de calabacín y patata relleno de centollo con vinagreta de su coral"*, *"Helado de queso cabrales con sopa de manzana"* y *"Crema de arroz con leche"*<sup>379</sup>); El Bohío de los hermanos Diego y Pepe Rodríguez ubicado en Toledo (*"Cocido de bogavante"*, *"Ajoarriero frío de bacalao y trufa"*, *"Codorniz asada al caramelo de pistacho"*, *"Bizcocho borracho de almendras con sorbete de cuajada y caramelo de trufas"*, *"Bizcocho de remolacha con helado de azafrán, anís, manzana y granizado de cacao"*<sup>380</sup>); Tragabuches (Ronda, Málaga) y el Parador de la misma localidad<sup>381</sup>.

En cuanto a modas y restauración se refiere, Mayte Díaz<sup>382</sup>, realiza un interesante reportaje sobre la imitación que en los locales se está imponiendo, donde el último grito es decorar el local en función de los cinco elementos del Feng Shui –los ambientes interiores, que tanta importancia tienen dado que inciden directamente en el estado y percepción del comensal, se ejecutarán a partir de ahora por corrientes y, casi siempre por no decir siempre, bajo el mandato de lo visto o exportado en otros países donde el estilo anda instalado-. En otras palabras, ofrecemos una copia del original.

La firma de un acuerdo entre Gourmets y la editorial Océano (ambos anuncian en el número 285-286 de enero-febrero de 2000, la unión y el trabajo conjunto para desarrollar una serie de publicaciones que aparecerán durante los próximos meses bajo el lema "Calidad de Vida"), la opción abierta para poder consultar la *Guía de Vinos Gourmets* a través del portal ya.com -[www.ya.com/gourmetour](http://www.ya.com/gourmetour)-. así como el lanzamiento de la misma en soporte CD-Rom, y el anuncio del que será el *I Taller de los Sentidos Gourmets* -del 7 al 10 de abril en el Pabellón de Cristal de la Casa de Campo-, en la

<sup>379</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 280-281, agosto-septiembre de 1999, pp. 58-69.

<sup>380</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 282, octubre de 1999, pp. 30-41.

<sup>381</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 283, noviembre de 1999.

<sup>382</sup> "Armonía aplicada al restaurante", Mayte Díaz. Revista *Club de Gourmets*, número 284, diciembre de 1999, pp. 72-75.

celebración del *XIV Salón Internacional del Club de Gourmets*<sup>383</sup>, son las principales novedades del año 2000. Otra, singular y que ha tenido su reflejo en otros medios, será la *I Gourmetsubasta*, una oportunidad para que el lector venda sus vinos con las garantías necesarias sobre el justo reconocimiento base a procedencias, bodega y añada, o “una manera seria, transparente, eficaz y rentable de subastar sus vinos”<sup>384</sup>. Precisamente, la cuestión de los precios de los vinos españoles será objeto de reflexión este año. Helio San Miguel será el encargado de reclamar un poco de sentido común. El reto, según el autor, será mejorar la calidad de los vinos y no sólo relegar este adjetivo a las grandes zonas tradicionales como La Rioja con las que cuenta España. Siguiendo con la información y los reportajes procedentes del mundo del vino, comienzan a levantarse voces críticas, como la de Paz Ivison y otros, sobre ciertos “vocablos” que lejos de añadir luz condenan a la oscuridad al público lector. Este sector del periodismo especializado reclamará sencillez y transparencia en textos e informaciones.

Fermentación en madera, maceración carbónica, variedades autóctonas y vinos jóvenes que por sus características vienen pisando fuerte son los reportajes dedicados al vino más destacados y que representan las tendencias del sector en este periodo del recién inaugurado siglo XXI.

Un Diccionario de Barbaridades Gastronómicas, similar al que ya se publicara en 1979, pero ahora bajo la perspectiva y locuacidad de Marina Domecq, reaparece en *Club de Gourmets*. Las ilustraciones que acompañan al mismo son obra de Ximena Maier.

El año anterior, en 1999, la Federación Española de Hostelería y Restauración (FEHR), publicó la primera edición de Normas de Calidad, y creó el Instituto para la Calidad en la Restauración Española (ICRE). Ahora, en el año 2000, crea un sello distintivo de calidad que, mediante auditoría, concederá a restaurantes. Es un paso más en esa búsqueda de calidad y excelencia sobre la que tanto llaman la atención dos de las principales publicaciones gastronómicas de España en estos momentos: la propia *Club de Gourmets* y *Sobremesa*.

---

<sup>383</sup> En el editorial del mes de junio, en el ejemplar de la revista número 290, se anunciará la cifra de asistentes a este salón número catorce. En el mismo se asegura que la afluencia de público ha pasado de los más de 39.000 asistentes a los casi 50.000 visitantes en esta edición.

<sup>384</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 285-286, enero-febrero de 2000, p. 18.

Respecto a las mesas internacionales, la revista anuncia preocupada la moda que se ha impuesto en restaurantes neoyorquinos y en los que los clientes no pueden permanecer más de sesenta minutos a la mesa. El estupor es lógico y la revista lanza la advertencia.

[...]. En Nueva York, donde hay y sucede lo eximio y lo pésimo, algunos restaurantes se han aventurado a aplicar un tiempo máximo de estancia en sus locales. Una hora, sesenta minutos, múltiples segundos, es el tiempo límite para permanecer en algunos establecimientos dispensadores de alimentos. Si le retiramos a los restaurantes su “glamour”, su “faire la fête” francesa y nos obligan a mirar el reloj desde el momento que llegamos hasta el tiempo que nos marca el restaurador de turno, tal vez pensemos estar ante una fase de preselección olímpica. Debemos reservar con antelación, comer en tiempo limitado, dar las gracias por lo bien que hemos comido, dejar un 15/20% de propina y, por qué no, sugerir a nuestros amigos y clientes lo bien que se come. Confiamos en que esta moda neoyorquina no arraigará en España. Tal vez nosotros que, afortunadamente disfrutamos de excelentes mercados, repletos de ricos productos, no seríamos receptivos a esta tendencia. Mejor comeríamos en casa. Creemos que vale la pena advertir la presencia de este virus. Aquí sólo tenemos escasos escarceos, restaurantes de 10.000 pesetas cubierto, con dos turnos. [...].

*Club de Gourmets*, número 291, junio de 2000. Editorial.

La comida en los museos<sup>385</sup> está en plena expansión, su explotación también por ello a este tema la revista dedica el número 289 del mes de mayo. La Fundación Miró, el Teatro Nacional de Cataluña, el Guggenheim, CosmoCaixa o el Thyssen-Bornemisza desgranar algunas de las recetas de sus chefs. Y la cocina asiática continua triunfante (Dim Sum, pasteles de pescados, tapas chinas –el concepto español se instala en los fogones de Shanghai y desde allí tiene sus tentáculos-. Las crónicas gourmets continúan dando cuenta de curiosidades y actualidad desde sus diferentes territorios.

Con el número doble de agosto y septiembre, número que ya no sólo se ocupa de traer los mejores restaurantes de España, sino que repite una fórmula anterior al encuestar a los chefs sobre sus gustos, fobias, recuerdos, primeros platos, sus colegas más admirados, etc. Precisamente, durante el mes de agosto el mundo de la gastronomía y

---

<sup>385</sup> “Almuerzos mágicos” (Fundación Miró, cocina Françoise) y “Cenas entre bambalinas” (Teatro Nacional de Cataluña, chef Jacobo Rico, jefe de sala Clemente Abad), son textos de Mayte Díaz. “Cocina contemporánea” (Guggenheim, chef Bixente Arrieta Barandiarán) está firmado por Paz Ivisión, subdirectora de la publicación, y, “El mediterráneo en acción” (CosmoCaixa, chef Arturo Navarro) lo firma Magdalena S. Castañón. Revista Club de Gourmets, número 289, mayo de 2000, pp. 24-46.

más concretamente de sus letras periodísticas dirá adiós al erudito Manuel Martínez Llopis, fallecido a los noventa y dos años.

El cierre de año está protagonizado por la primera vez en la historia que se produce la reunión de treinta y ocho chefs europeos<sup>386</sup> con “tres estrellas Michelin”. La cita se debe a los actos de celebración que la guía roja ha preparado con motivo de la edición de la misma en este año 2000 tan especial. En este mismo número del mes de diciembre, que hace el número 296 de la publicación, Juan de Urbina publica su primer texto de la serie “Cuentos In-Morales”, titulado “La modelo mantenida”. Al mismo seguirán ya entrado el 2001: “Dobles parejas”, “La ruleta de la vida”, “Golpe de suerte”, “Mithra hermoso”, “La vidente y su manzana”, “Blonde, la espía peligrosa”, “¡Elías!”, “Radomiro Huevo Frito”.

Las vacas locas, lácteos sospechosos, alimentos manipulados, vinos artificiales, manipulación genética animal... son algunas de las reflexiones de la publicación que sin embargo no llega a desarrollar estos temas a fondo o de manera independiente. Los señala, los indica y en cierto sentido los denuncia, a través de un editorial comprometido que sirve, además para inaugurar el nuevo año. La revista se preguntará hasta qué punto es aceptable esta corriente, sin control de calidad, que industrializa la naturaleza, cediendo a la elaboración de los alimentos a técnicos, alejándose del ámbito agricultor<sup>387</sup>. Algo que tilda de “travestismo alimentario contra natura”<sup>388</sup>. El “planeta alimentario”<sup>389</sup> es un planeta que no respeta ciclos, ni sabores.

*Club de Gourmets* se muestra contraria a estas prácticas que degradan el planeta y sus sabores, explicando, en este sentido y en este mismo editorial, que es hora de respetar la naturaleza y dejar de fomentar la creación y consumo de los alimentos “mal llamados de nueva generación”<sup>390</sup>. La revista asegura que su posición nada tiene en

---

<sup>386</sup> De todos ellos, sólo una mujer.

<sup>387</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 297, enero-febrero de 2001.

<sup>388</sup> Ibid.

<sup>389</sup> Ibid.

<sup>390</sup> Ibid.



contra de la ciencia ni de los avances tecnológicos. Su apoyo será la tradición alimentaria de calidad, primando esta última sobre “la cantidad a cualquier precio”<sup>391</sup>.

Este año evidencia la tendencia de la cocina del siglo XXI en cuanto a mezcla de culturas y etnias, colores y sabores, costumbres e ideas, presentes en recetas de grandes chefs que marcarán las pautas del resto de cocinas de la calle fascinadas por sus conceptos; no todas van a conseguir reproducir con éxito las propuestas y sus mensajes, lo que se percibirá en algunos de los textos que la revista publica este año, sobre todo a través de las distintas series tituladas “Crónicas Gourmets”. Las mismas dan cuenta de mesas y locales, de festividades, eventos y acontecimientos, noticias que, en definitiva, transcurren en distintas regiones con la gastronomía -buena y mala- como protagonista.

En cualquier caso, la evolución culinaria resulta innegable, también su presencia en todas las publicaciones: no es moda sino realidad asentada y construida paso a paso. También lo será toda la corriente que han suscitado y el negocio que generan. A la calidad de los productos en los grandes establecimientos, aquellos que cuentan con la marca o garantía de chefs, se suman la combinación de elementos o ingredientes y las complejas técnicas de elaboración junto con la estética, que impera a todos los niveles y se ha convertido en un ingrediente más. Y en buena medida resulta lógico, porque nada tienen que ver estas recetas con los emplatados tradicionales y la cocina de consumo en el hogar.

Asistimos a una cocina fascinante, a la propuesta hedonista de la cocina hecha para gozar mediante nuevas técnicas, con nuevos ingredientes que han trascendido la temporalidad y definitivamente presentados bajo una estética preciosista: uno no sabe si comer o mirar, aunque lo que es un hecho es que todas estas páginas han dado cuenta de un proceso creciente que atañe a la cocina y en el que se conjugan la exactitud y técnica culinaria con los sabores ricos –hemos de suponer- y una estética cuidada y propia.

También la nomenclatura de los platos se han transformado número a número. Los nombres de las creaciones son descripciones largas y detalladas que suscitan la imaginación del comensal con tan sólo leerlos. El mismo cae presa de la seducción desde

---

<sup>391</sup> Ibid.

el instante en que comienza a leer la carta. Del “lenguado al horno” o el “mousse de pimientos”, por poner ejemplo llanos y en cierto modo sofisticados dentro de un



Imagen de una de las recetas de Enric Heré (Restaurante Castell de Peratalla, Girona), publicada en la revista *Club de Gourmets* del mes de marzo de 2001.

contexto culinario tradicional, hemos pasado al “Foie-gras caliente salteado de espárragos e higos frescos con flor de sal de La Camargue”<sup>392</sup>, o, “Vieiras asadas con yema de huevo trufada, tubérculos salteados, jugo de calabaza y naranja”<sup>393</sup>. Una fascinación literaria que inunda cartas y que no siempre casa con el resultado esperado. No obstante, el fenómeno se debe a la complejidad de la confección del plato. Es un intento de trasvasar al comensal la enjundia de la elaboración, señalando además los ingredientes singulares o extraordinarios.

Asimismo, la imagen será un elemento crucial que ha experimentado una evolución

asombrosa donde la calidad de la composición o cuadro, su punto de vista, junto con la huida del bodegón y la obsesión general por el primer plano con foco milimétrico servirá para resumir su progreso. Un progreso en cualquier caso ligado al progreso de la cocina. Sin el primero no habría tenido tanta trascendencia el segundo.

Como consecuencia de lo anterior y del debate sobre este tipo de cocina (artísticas y pequeñas raciones que forman parte de un menú degustación) comienza

<sup>392</sup> Revista *Club de Gourmet*, número 299, marzo de 2001, p. 30.

<sup>393</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 300, abril de 2001, p. 99.

igualmente a ser frecuente los textos, fruto de encuentros como por ejemplo debates en congresos gastronómicos, sobre la cada vez más necesaria cocina saludable en una sociedad sedentaria.

En general, la revista contiene durante este periodo más noticias sobre actualidad, agrupadas dentro de las “crónicas gourmets” cuyos textos se elaboran ofreciendo lo más relevante sobre tendencia culinaria, consumo y productos, que reportajes. La entrevista, salvo por el número especial de verano con motivo de los mejores restaurantes donde se pregunta a los cocineros, no tiene presencia.

El número doble de agosto-septiembre se ocupa de la cocina global, su influencia y los mejores cocineros de España. En este mismo número se incluyen las reproducciones de pintura sobre seda realizadas por Jacobo Gavira quien será en adelante el artífice de la imagen del *Salón Internacional del Gourmet*.

La importancia de Internet como vehículo de promoción y venta de alimentos también tienen su reflejo en la publicación cuyo precio es de 600 pesetas (800 pesetas el número doble).

Al año siguiente la entrevista regresa a las páginas de la revista. Las “vinoterapias” irrumpirán con fuerza. A los tratamientos, auténtico fenómeno o moda, se sumarán por igual establecimientos estéticos, bodegas y hoteles spa que ven un nuevo nicho de mercado que sumar al cada vez más creciente enoturismo y las ofertas que combinan el relax o descanso con la mejor oferta gastronómica. Asimismo el restaurante-hotel gana terreno. Es una realidad la mejora sustancial de las cocinas en estos establecimientos volcados hasta ahora más con el dormir que con el comer.

Lo que hoy ya no parece tan original, la utilización de espacios para propuestas efímeras acaba de instalarse en París, donde se imponen restaurantes y cafés de marca para una sola temporada.

La tapa, bocado en miniatura que se está asentando paso a paso; el aceite de oliva virgen extra al igual que ya lo hicieran el agua o la sal viene con fuerza en estos momentos precipitado por la calidad de los “nuevos aceites virgen extra” cuya campaña

comenzaría años atrás; la trazabilidad y seguridad alimentaria en una Europa abierta; el libro gastronómico donde está de moda el libro protagonizado por grandes nombres de la cocina; Elena Arzak sin avales adicionales, Elena Arzak y su cocina -fiel a la herencia familiar a través de elaboraciones propias- como únicos protagonistas<sup>394</sup>; pero sobre todo el viaje a Japón de Ferran Adrià y parte de su equipo en junio de 2002, cuya gastronomía tanta importancia tuvo y tendrá en las futuras creaciones de chef catalán, son los temas más destacados de este año.

La dinámica de *Club de Gourmets*, instalada ahora en la calle Aniceto Marinas, 92 (Madrid), su estructura, responsables y selección o predilección temática se mantiene a todos los niveles. El número especial puesto a la venta en abril de este año sale al mercado para celebrar el periodo de vida de la publicación pero sin anunciar cambios. Este año el Grupo Gourmets realiza cierta remodelación interna con las incorporaciones de Macarena Fernández-Ávila como nueva Directora Comercial del Grupo Gourmets. Algo más tarde pero también en 2002, la revista anuncia el fichaje de Rafael Soto Mansard, quien asume el cargo de Director General del Grupo Gourmets.

Durante todo este tiempo, revista y contenidos han encontrado un público fiel, perfectamente acomodado o amoldado a la oferta que cada mes presenta la publicación.

Tanto el modelo de publicación, cuyo precio aparece ahora en euros, como su postura frente a la información, divulgación y recomendación que ha venido desarrollando *Club de Gourmets* permanecen estables y fieles a los principios fundacionales, cuyo hito será la combinación, propuesta y explotación de lo que supuso un nuevo campo de información -la gastronómica-, junto a la comunicación y celebración de eventos que favorecieron el comercio y despegue del producto de calidad español. También la conjugación de un turismo de calidad -alejada del menú turístico- donde la gastronomía jugaría un papel fundamental que se vio además catapultado por la gran evolución de la cocina nacional de manera inmediata o paralela al nacimiento de la revista. Una propuesta o apuesta que precisaba de la corrección, educación y

---

<sup>394</sup> “Ser feliz en la cocina” firmado por Paz Ivison y con fotografías de Sacha Hormaechea es el texto que acompañará a las recetas que, por primera vez, presenta en solitario Elena Arzak en solitario (“Plato de verduras”, “Carabineros listos para rebozar”, “Tortilla de ostras”, “Rape con taco de sopa de ajo” y “Barra de chocolate con miel y tomate”). Revista *Club de Gourmets*, número 314, junio de 2002, pp. 14-31.

profesionalidad de todos los sectores implicados, si se quería competir a nivel internacional. A pesar de permanecer ligada a un evento principal o mayúsculo en cuanto a congregación de marcas y productos, en definitiva, al mundo del negocio gourmet, estas páginas mensuales han mantenido coherencia editorial desde su fundación.

Con un estilo impecable que clasifico aquí como clásico (entendido como respeto y fidelidad de contenido, enfoque y tratamiento fundacionales de base) *Club de Gourmets* acumula en estos momentos nada menos que 26 años de historia y más de 300 números publicados. Su apuesta abierta por la libertad de expresión y selección de restaurantes, así como las puntuaciones sobre vinos, han sido asumidas para bien o para mal como propias y no faltan editoriales de denuncias como de halagos -al igual que ocurre con *Sobremesa*, sobre todo en sus primeros años de lanzamiento y ceñido sobre todo a la opinión ligada a restaurantes, también con *Vino+Gastronomía* con la lógica preponderancia de opinión sobre vino-. A través de los mismos hemos de aceptar como un hecho fehaciente la presión que en determinadas ocasiones ha ejercido el sector hostelero, que durante finales de los setenta y a lo largo de los años ochenta -quizás hasta bien entrado el nuevo siglo- no ha sabido -o querido- entender la misión de estas publicaciones sobre un servicio que es público y que religiosamente abona el cliente. Tal y como señala la revista en uno de estos editoriales: “Es nuestra potestad -como profesionales responsables de la información gastronómica y por tanto capaces de valorar- opinar sobre un establecimiento público, [...] sólo nos sentimos vinculados con los lectores”<sup>395</sup>.

El miedo a la llamada de atención, a la no selección o inclusión en guías, la falta de autocrítica, la necesidad de profesionalidad, de educación, se mejora en el servicio en definitiva, tanto en el de sala como en el de cocina, han sido en reiteradas ocasiones denunciados, más con la intención de contribuir a su mejora. El despertar de estos establecimientos a los nuevos tiempos, a la celebración de éxitos y aceptación de derrotas, ha ido tejiéndose junto a *Club de Gourmets* y el resto de publicaciones durante los años inmediatamente posteriores a la apertura política de nuestro país.

---

<sup>395</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 316-317, agosto-septiembre de 2002.

Los próximos números que se publican durante la segunda mitad de 2002 cuentan con nuevos y fieles colaboradores en materia de periodismo como José María Lorente, y de dibujo e ilustración, y de fotografía como Carlos Allende. Durante este año continúan los reportajes sobre la cocina de autor en Paradores.

La propuesta y selección de los mejores restaurantes de España propuestos por las revista<sup>396</sup> se alejarán del boom culinario de influencia oriental (que por cierto va evolucionando hacia la cocina tailandesa, próxima moda) para centrarse en la cocina de la tierra. Trasladando el concepto del *terroir* propio del mundo del vino, la revista lo hace suyo para buscar también sus notas características en cuanto a productos, elaboración culinaria y origen o procedencia. La selección se acompaña de las ilustraciones de Toño Pérez quien con acierto transmite la ligazón anterior. Este año Martín Berasategui y sus pies en la tierra<sup>397</sup> sirven de enlace para explicar, además de su trayectoria personal hasta el momento y la fundación del Grupo Berasategui, la cocina y la tierra. Dos meses más tarde, suyas serán también las recetas que cada mes aguardan con impaciencia los amantes de la revista y sus gastronomías. Y es precisamente la cocina y su relación con una alimentación saludable uno de los temas que anuncia la revista y que tendrá su reflejo en otras publicaciones del periodo, más adelante. *Club de Gourmets* señala el acierto del Instituto Municipal de Barcelona al poner en marcha una serie de actuaciones como la implantación de clases de cocina en los mercados de la ciudad, donde un chef guía a los asistentes combinando buena cocina y con correctos valores nutricionales.

La apuesta de la revista ha sido –dependiendo del periodo, en mayor o menor medida- transmitir la necesidad de equilibrar de manera saludable los cuatro estadios de la alimentación social (hogar, colegio o escuela, lugar de trabajo y restauración pública). Y en esta línea han venido trabajando, aunque es en estos momentos cuando tanto la intención como el discurso anterior se percibe en el ambiente y comienza a materializarse con acciones como la del Instituto Municipal de Barcelona.

---

<sup>396</sup> Como es habitual en la revista, lista y puntuaciones aparecen en el número doble del verano.

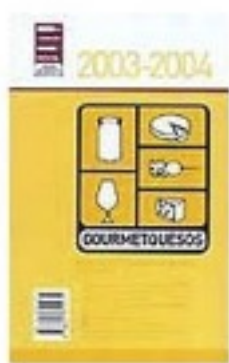
<sup>397</sup> Adaptación del título del texto elaborado por Paz Ivíson sobre el cocinero. *Club de Gourmets*, nº 316-317, agosto-septiembre de 2002, pp. 16-21.



Uno de los contenidos más esperados y en los que mayor empeño ha puesto desde su fundación ha sido el relacionado con el vino. Desde esos primeros textos instructivos, fórmula que se encontrará en absolutamente todas las publicaciones de los ochenta en sus primeros periodos, a las recomendaciones, puntuaciones y guías. El Comité de Cata tiene desde hace 20 años la misión de divulgar y dar a conocer el rico mundo del vino y sus sensaciones: “Nuestro propósito es el de acercar y enseñar y no el de lanzar al estrellato de forma fulgurante a unos vinos determinados, que suelen subir sus precios de forma fulgurante también, tras obtener las máximas calificaciones en esas otras guías y publicaciones, tan del gusto americano, por ejemplo”<sup>398</sup>.

Durante el próximo año los vinos olorosos y dulces de Jerez tendrán protagonismo y se le dedicarán textos sobre el vino, con las recetas de Albert Adriá donde estos vinos serán ingrediente destacado. Este 2003 la revista anunciará la integración entre sus páginas de *Gourmetabaco*. Los espacios para fumadores se reducen y las páginas dedicadas a los mismos también; las críticas al consumo del tabaco y la futura ley reguladora para fumadores en espacios públicos comienzan a trabajar.

2003 va a ser un año dramático culinariamente hablando ya que es durante el mes de febrero cuando el chef Bernard Loiseau decide quitarse la vida con 52 años. Un



hecho que recogen los medios de comunicación del mundo entero y que tiene su origen en la vulnerabilidad emocional del chef, en sus angustias económicas y en la degradación de su restaurante en la guía Gault & Millau junto a las palabras desfavorecedoras del crítico Francois Simon<sup>399</sup>.

Si el chef Loiseau se quita la vida en 2003, la de David Muñoz en el terreno culinario no hace sino despegar: en febrero pasa a ser el chef de

<sup>398</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 319, noviembre de 2002, p. 68.

<sup>399</sup> Contexto: Revista *Club de Gourmets*, número 324, abril de 2003 (editorial y pp. 6-8) y web Siete Caníbales (<http://www.7canibales.com/chefs/es/chef/bernard-loiseau>).



Catamarón (Duque de Sesto, Madrid). Con tan sólo 23 años y nada más llegar, *Club de Gourmets* da cuenta, a través de la sección “Crónicas Gourmets Madrid”, de cómo ha revolucionado la carta. Muñoz, a pesar de su juventud en estos momentos acumula la experiencia de un año en el restaurante Balzac y tres como segundo de cocina en Viridiana.

También es el año en el que sale a la venta por primera vez *Gourmetquesos* realizada por José Luis Martín Martín para el Grupo Gourmets (1ª edición 2003-2004 que fue presentada en el transcurso del *XVII Salón Internacional del Club de Gourmets*).

El *sushi* vuelve a escena, pero esta vez es el *sushi* y *sashimi* de altura el que reivindica su lugar y su respeto (la gran oferta disponible no se respeta ni contiene la espiritualidad de cocina, origen y producto).

Como viene siendo habitual la revista armoniza temas y publicidad. Así como parte de lo vivido o experimentado a través del Salón y del Taller de los Sentidos serán contenidos que irán progresivamente, mes a mes, apareciendo entre las páginas de la revista. La cocina Thai; el aceite de oliva virgen extra; el salmón de Alaska que ya tuvo protagonismo el año anterior... regresan a las páginas de la revista.

Las recetas se mantienen durante todo este año, forman parte de un conjunto imposible de desarmar y, aunque el maridaje ha estado presente con anterioridad, este año se incluye un estupendo recorrido con el pan y el restaurante Amparo (Madrid), donde




La nueva cara de *Club de Gourmets*, apenas se mantendrá unos años. Número 331, noviembre de 2003.

Carlos Posadas<sup>400</sup>, nuevo chef en este tramo de historia del mítico espacio ligado a la publicación *Gran Reserva* como veremos más adelante, ha convertido el pan en parte de su alta cocina. Las propuestas con las que se da una vuelta de tuerca a la carta y el menú en ese trabajo constante de renovación e impacto, resultan seductoras, tanto que comenzará la imitación, la fiebre del pan (que se traslada más tarde a los establecimientos de calle; las conocidas en los años noventa como “boutiques del pan” reaparecerán con fuerza en unos años, bajo una nueva fórmula tanto en lo relativo a los panes, alejados de la *baguette* y volcados con lo artesanal, como a la estética de locales se importará desde EEUU e Inglaterra).

El resto de recetas que proporciona la revista y cubren todo 2003 serán para: Atrio (Cáceres), el restaurante-barra japonesa Sayura-ya (Barcelona), Thäi Gardens (Madrid), El Mirador de Montserrat (Santpedor, Cataluña), La Casa del Temple (Toledo), Bodegas Campos (Córdoba), La Taberna del Alabardero (Marbella), y cinco chefs catalanes -Romain Fornell, Carme Ruscalleda, Jaume Subirós, M<sup>a</sup> Dolors Boadas, Fina Puigdevall, Guillem Pla y Ramón Freixa- que con motivo del centenario del nacimiento de Dalí y la próxima gala de los Premios Nadal 2004 realizan un menú dedicado al genio artístico<sup>401</sup>.

La renovación estética de *Club de Gourmets* tiene lugar con el final de 2003; la revista acusa cierto acomodo en este sentido y



SECCIONES FIJAS	
6	MESA REVUELTA Redacción
56	VINOMANÍA Paz Nelson
70	LECTURA Martha Domercq
72	EL GASTRONÓMADA Jaime Hernández
74	CRÓNICAS VIENA María Lamberti
78	CRÓNICAS PORTUGAL Rafael Raposo
82	CRÓNICAS LONDRES Bonomini
84	CRÓNICAS PARÍS Óscar Caballero
90	CRÓNICAS MADRID Antonio Irujo
98	CRÓNICAS CATALUÑA Mayte Díez

La naturaleza en el Salón ECOGOURMETS. Presentación del EcoGourmet, un espacio dedicado a los productos ecológicos dentro del Salón Internacional del Club de Gourmets que tendrá lugar en abril de 2004. Redacción	18
La vuelta al mundo CHOCOLATE. Les presentamos el revolucionario postre de Romain Freix: Chocolate 2003, Versión 3. Los 5 Continentes. Una vuelta al mundo conducidos por la sensualidad de este producto. Paz Nelson	22
Recetas Gourmets EL OTONO DEL SUR. Desde La Taberna del Alabardero, de Marbella, un confortable y delicioso resort en medio de la montaña, Alor Península y Benjamín Aliza nos proponen un menú suculento: lechón gine, fideos de diles y caviar de Ríoño; veia, hoguente, pan de pasas y coco, y conejito de pichochos de Hevia con queso de su tita; chuletilla de apollo malagueño y asadillo; ensalada rones. Redacción	38
El brandy más caro del mundo GRAN MAESTRE. La familia Segura elabora el brandy Gran Maestre. Cada botella vale 2.500 euros y tiene un año de venta de solo 10 botellas por año. Hay lista de espera hasta el año 2005. Hablamos con su propietario José Aguilar	50

Sumario del número 331. Noviembre de 2003.

<sup>400</sup> “Al pan... plato” recetas y panes de Carlos Posadas para el restaurante Amparo. Fotografías de Tayo Acuña. Revista *Club de Gourmets*, número 326, junio de 2003, pp. 31-43. Maridajes: “Espárragos con sabayón de avellanas y pan de aceitunas negras”, “Bogavante asado con tocino en caldo yodado de berberechos y garbanzos con pan de zanahorias”, “Rape asado con verduras marinadas con emulsión de arroz y vinagreta de remolacha con baguette”, “Foie-gras asado con calabaza y salsa périgord con pan de pasas y nueces”, “Manitas de cerdo rellenas de morcilla de Burgos con pan de chapata”, “Pastel de chocolate con crujiente de café y cacao y pan de regaliz”.

<sup>401</sup> “Dalí comestible”, Mayte Díez. Revista *Club de Gourmets*, número 332, diciembre de 2003, pp. 48-77.

es seguro que tanto las demandas del público del recién estrenado siglo y la fuerza con la que vienen empujando otras publicaciones como *Vino+Gastronomía* y *Sobremesa* en cuestiones de imagen sobre todo (ambas muy visuales en este periodo) catapultan los cambios.

El cambio es sobre todo, o por encima de todo, estético se debe a Alicia Romero Drapier, Directora de Arte de la revista desde 1993. El rediseño que se adapta a los nuevos tiempos no durará mucho sin embargo. *Club de Gourmets* añade de nuevo un subtítulo a su cabecera, cosa que hacía tiempo había desaparecido de la publicación. Y así, *Club de Gourmets* esa hora *Club de Gourmets. Gastronomía y Viajes* (en realidad siempre fue así dado que al margen de la inclusión de uno o dos reportajes de viajes, el resto de contenidos, independientemente de su tratamiento, del género escogido y su extensión eran y son eminentemente gastronómicos).

Completamente rediseñada desde finales del año anterior, en 2004 la revista continúa con su patrón y enfoque: dos ejemplares dobles dedicados a los vinos y la mejor restauración durante los meses de enero-febrero y durante los meses de periodo estival julio-agosto (en ocasiones hemos visto como ese número aglutina agosto-septiembre); caracterizada ahora por la información a través de fragmentos recopilados en torno al vino (“Vinomanía”), el reportaje (con mucha menor presencia) de viajes y gastronomía, y la actualidad internacional y nacional mediante las secciones (“Crónicas Gourmets”).

Las cenas completamente a ciegas –un banquete organizado por el chef Salvador Gallego y dirigido por Jonatan Armengol, periodista gastronómico e invidente de nacimiento-, junto a un nuevo concepto, el de ecogourmet, que será llevado hasta el *Salón Internacional del Club de Gourmets* y constituirá una sección propia representan lo más significativo de este año en la revista y en el sector en cuanto a singularidad de temática gastronómica, en cuanto a tendencia.

En lo relativo a la información, al igual que hizo en su momento *Sobremesa*, para quien el servicio de sala y servicio es la asignatura pendiente, la revista se interroga de nuevo por la falta de interés de las nuevas generaciones sobre el gremio y la profesión de hostelería y restauración. Tal es así que volverá a repetir la fórmula de encuestar a los

mejores chefs y restauradores sobre el aparente desinterés de los jóvenes por la profesión. Lejos de ofrecer el resumen o síntesis de lo anterior, la revista opta por la reproducción literal de las respuestas junto a los datos de los mejores restaurantes de España que cada verano hace públicos *Club de Gourmets*.

En cuanto a las secciones la revista mantiene la estructura clásica e incorpora la ya mencionada “Ecogourmets”, espacio firmado por Juan Serna, y, “Gastromail”, espacio que responde a la tradicional fórmula empleada en los rincones periodísticos más tradicionales: las Cartas al Director; de la coordinación y respuestas o atención a los lectores se encarga S.V. Kentiend.

La agricultura ecológica va a ser la gran protagonista. Nuevos productos, legislación y sobre todo promoción de productos comienzan ahora a ser contenidos más frecuentes en las revistas gastronómicas especializadas, donde tanto el perfil de producto como de lector están enfocados a la alta gama, es decir, al “ecogourmet”, sin duda la fórmula desde la cual parte el fenómeno para instalarse poco a poco en los supermercados. Ante la picaresca que ha generado la concesión de subvenciones, los pioneros artesanos, los defensores de los alimentos naturales, han emprendido una serie de acciones para dar a conocer las características y regulación propia que garantizan los productos procedentes de agricultura ecológica. El tema está de actualidad y suscita interés; y tiene su reflejo en el resto de revistas del mercado. Tal es la gran expectación y deseo de información por parte de los lectores –también necesidad de divulgación por las partes implicadas- que el nuevo espacio se instala entre las páginas de la revista durante varios meses en sección fija, con la idea de constituirse en una alabanza a la vida sencilla donde los productos artesanos, libres de manipulaciones industriales, se convierten en manjares codiciados de ciudad.

La celebración del *Salón Internacional del Club de Gourmets* ocupa buena parte, por no decir prácticamente todo el ejemplar de la revista del mes de junio.

Este año la revista publica una serie de consejos sobre la cerveza y su consumo: tipos, maridajes, conservación, etc. El espacio ocupa una página y el mismo cuenta con el

apoyo de Cerveceros de España (junto al texto se indica la participación del colectivo en la publi-información).

La gastronomía es objeto de atención por parte de otros colectivos o profesiones y sus conexiones con la moda irrumpen en estos momentos. Jean Paul Gaultier lanza una colección comestible destinada a la exposición. En la Fundación Cartier de París se expondrán las creaciones del diseñador confeccionadas con pan: polémica y sentido del esfuerzo están servidos pero le saldrán imitadores con el chocolate o el azúcar como ingredientes con los que alimentarse y vestirse (al menos en teoría dado el carácter realista de los diseños).



Portada del mes de noviembre de 2012.  
Ejemplar número 439.

En síntesis, *Club de Gourmets*, la revista pionera en España en temas de gastronomía, tiene el mérito de haber detectado un mercado interesante y necesario con el que contribuir a la formación del gusto. Negocio periodístico –cualquier revista de distribución a través del quiosco nace con la vocación de ser vendida, de generar ventas- y formación irán de la mano durante la primera etapa de la revista. Pero es reticente a los cambios, temerosa, y, principalmente proteccionista, un proteccionismo que en numerosas ocasiones tiene que ver con la prudencia o distancia hasta la demostración o resultados de las novedades que a bombo y platillo anuncian marcas.

Al precio de 4 euros, durante los próximos meses la revista mantiene los nuevos rasgos, sin embargo, en 2006, *Club de Gourmets*, acomete cierta vuelta a atrás; hablamos de aspectos relativos a la tipografía de cabecera –enseña que recupera con gran acierto- y de la inclusión y sustitución de secciones.

Por lo demás, la revista no registra cambios importantes en cuanto a puestos periodísticos, editoriales y/o fotográficos de responsabilidad. Lo que sí aumenta, considerablemente, es la profusión de imagen gráfica en disminución del texto. También,



dependiendo del número o ejemplar, las ilustraciones elaboradas por Esther Berdión en 2005 y Elena Maier en 2006. En cuanto a temáticas, además del imprescindible recetario de grandes chefs, las secciones son las habituales durante todo este 2005. El restaurante Kabuki está en uno de sus mejores momentos y sus recetas cierran el año<sup>402</sup>. La biodiversidad en el terreno gastronómico enlaza y reaparece con frecuencia a la ecología y el panorama creciente de la agricultura ecológica. Poco a poco, consumidores y productores, están encontrando fidelidad y nuevos espacios donde adquirirlos y distribuirlos –según la parte interesada-. La preocupación sobre la utilización de los recursos naturales está en el aire. También la trazabilidad y la seguridad alimentaria.

La incombustible “Mesa Revuelta” se mantiene desde su origen, y las “Crónicas Gourmets” continúan dando cuenta de las novedades, de toda la actualidad de marcas, chefs, restaurantes, bodegas, exposiciones, etc., (Madrid, País Vasco, Cataluña, Aragón, Extremadura, Navarra, Asturias, Andorra, París, Londres, Bulgaria, Holanda, Tokyo).

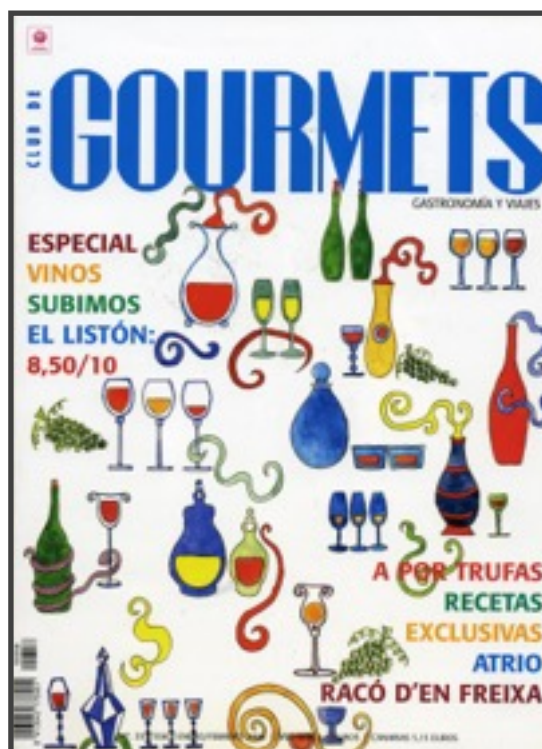
*Gourmetabaco* va perdiendo fuerza al tiempo que se solidariza con el fumador y el decálogo ideado por Maya Selva, la dama del cigarro puro hondureño, en defensa y del fumador y contra su miedo (el



Portada del número 356, diciembre de 2005.  
Imagen de Carlos Allende.

<sup>402</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 356, diciembre 2005. Las propuestas del chef de Kabuki, Ricardo Sanz de Castro son: “*Sashimi de besugo*”, “*Tartare de salmón con hígado de rape*”, “*Tartare de toro con angulas*”, “*Sushi variado*”, y, “*Degustación de carnes*”. También “*Mochi*”, el polvorón del sol naciente aunque no se incluye su receta. El *mochi* admite preparaciones dulces o saladas, en este caso, es dulce dada la inminente Navidad.

decálogo se apoya en la exploración, origen, artesanía, exigencia, creatividad, sueño, revolución, calidad, placer y cultura). “Capa y Tripa” que tendrá una periodicidad irregular será algo más adelante la sección donde el lector podrá encontrar la información relativa al tabaco. “Buen Provecho” –reportaje sobre restaurantes destacados por su oferta gastronómica-, “Buenas Noches” –que da cuenta de hoteles, destinos y restauración propuesta en los mismos- y “El Rincón de Lúpulo” dedicado al mundo de la cerveza, asumido por la redacción, que ha suscitado el interés en el lector a partir de la serie realizada en colaboración con Cerveceros de España, son las principales novedades que se mantienen como secciones y con periodicidad durante todo el año.



Un nuevo cambio se produce recién estrenado el mes de enero de 2006.

Ilustraciones de portada Livia Bustillo.

Este año la preocupación de la revista por la libertad del paladar –ajeno o libre de ideologías- es manifiesta. Al mismo dedica un editorial que rezuma sentido común.

### **El paladar apátrida**

Cuando hablamos de los asuntos de los sabores y sensaciones sensoriales solemos evocar los referentes de la niñez, de los guisos familiares, a través de las abuelas y madres, y también nuestras primeras experiencias gastronómicas fuera de casa.

En general, afirmamos de forma sensata, que el paladar carece de ideología, perseguimos positivamente las etiquetas de calidad, las denominaciones de origen, las específicas, en resumen anhelamos en el acto de comer, además de alimentarnos, el hecho en sí del disfrute.

En los tiempos que corren asistimos atónitos a más de una opinión favorecedora del boicot a determinados productos, en sentido de ida y vuelta –como los cantes- según los adalides de corrientes programáticas mediatizadas por las diferentes ideologías al uso.



Creíamos haber superado estas inquinas nacionales, regionales o de múltiples ámbitos. Continuamente se habla de globalización, fusión, armonización, alianzas pero parece que no es de aplicación en los hechos del comer. Tampoco nos consuela lo más mínimo que esta situación no sea privativa de nuestro país, otro tanto sucede en países vecinos, sin olvidar otros continentes. En el fondo estas corrientes de opinión son epidémicas aunque, según las experiencias padecidas, no favorecen a nadie y perjudican a la mayoría; es algo así como la envidia “el único vicio que no produce placer a quien la practica”.

Confiamos que las próximas fiestas navideñas sean una ocasión para olvidarnos de estos radicalismos y procuremos respetar, a través del hedonismo, del ocio digno, nuestro paladar, seguros que nuestros sentidos nos lo agradecerán. Así podremos disfrutar mejor de estas celebraciones en armonía con el buen gusto.

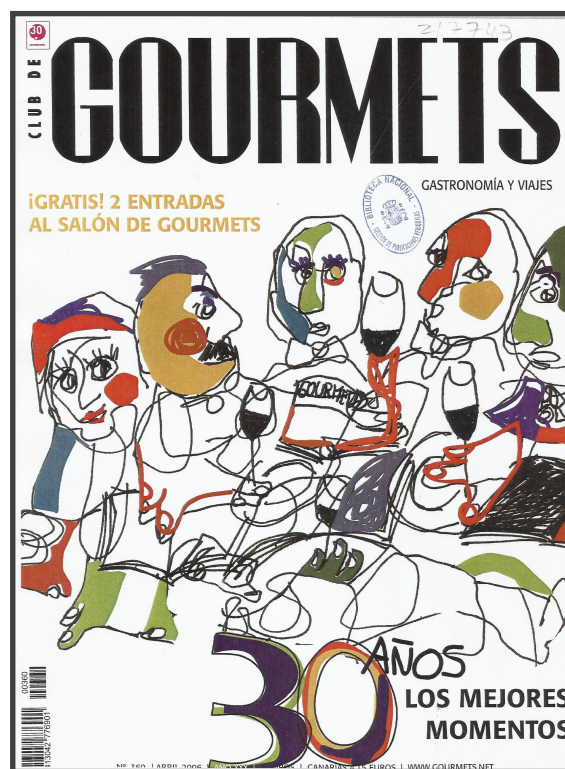
Revista *Club de Gourmets*, número 356, diciembre de 2005. Editorial.

El boicot al que se refiere afecta sobre todo a los productos catalanes en esta época en la que el cava se transforma para algunos en enseña nacionalista de consumo en todo el territorio nacional. Pero también ha tenido que ver con Francia en otros periodos. La ideología ha conseguido así trasvasar la razón o el sentido común y volcar su inquina en productos alimenticios.

Este año la revista repite la fórmula de los publi-reportajes<sup>403</sup>, si bien es cierto que en su conjunto son una minoría con respecto al resto de textos elaborados por la redacción o sus colaboradores.

En 2006 la revista *Club de Gourmets* cumple treinta años de vida -el salón, veinte- y lo celebra con un número especial cuya portada e ilustraciones son obra de Jacobo Gavira.

Se producen algunos cambios como la recuperación (en esencia) de la tipografía



Club de Gourmets, número 360, abril de 2006.  
Ilustraciones de Jacobo Gavira.

<sup>403</sup> Como por ejemplo los realizados por Bodegas DeLuxe y Club del Gourmet de El Corte Inglés (nº 348).

de cabecera. La fotografía manda como nunca catapultada por la altura culinaria, y, al igual que su más directa competidora, la revista *Sobremesa*, cuyo contenido gráfico es de altísima calidad, marca tendencias. La brillante remodelación, o actualización, dos años atrás de *Vino + Gastronomía* han ocasionado movimientos en el resto de publicaciones que como vemos tratan de no quedarse atrás. El ritmo del diseño y la irrupción de internet también empujan en este sentido y las cabeceras tradicionales, aquellas que nacieron en papel, tienen sus páginas webs aunque no muestran ni por asomo la misma cantidad y extensión de los contenidos que aparecen en la revista. Su filosofía será la de escaparate o prolongación de producto en estos momentos; al mismo le seguirá la traslación completa de contenidos pero selectiva con respecto a la revista y propia con respecto al terreno digital (esto también variará de una cabecera a otra).

Las noticias del mundo ecológico en 2006 no paran de llegar y comienzan configurarse ferias de promoción de estos productos –divulgados en *Club de Gourmets* a través de la sección fija “Ecogourmets”-. Los mismos están consiguiendo el apoyo de instituciones europeas además del apoyo nacional y regional. Este año -también el anterior aunque en menor medida- el chef Paco Roncero adquiere cierta notoriedad, al margen de su alta cocina, gracias a las colaboraciones que mantiene con la casa de sándwiches Rodilla y los vino de Jerez -el chef ha elaborado una serie de recetas que marida con finos y manzanillas<sup>404</sup>-, y, con el grupo de hoteles NH.

Las portadas de *Club de Gourmets* continúan tan heterogéneas en cuanto a imágenes como variadas en su alternancia de fotografía e ilustraciones.

Mireia Eslava se incorpora en 2007 con el espacio “Gourmetplus”, páginas más comerciales que informativas, en las que se recopilan novedades y recomendaciones variopintas (desde humidores y perfumes hasta plumas y estancias exclusivas en hoteles de todo el mundo). Sara Cucala y Elena Rodríguez, miembro de la redacción, publican sendos reportajes en el número 372 del mes de abril de 2007. También colaborarán durante los dos próximos años: Carles Allende, Macarena Antolín, Manu Belloso, Christiane Bouret, David Campos, Ana Montes, Pablo Plaza, Tania Rodamilans, Maricar

---

<sup>404</sup> Más tarde para el Consejo Regulador de los vinos de Jerez prestarán su ingenio otros grandes chefs como Manuel de la Osa, Rte. Las Rejas, en Las Pedroñeras, (Cuenca).

de la Sierra, Antonio Soler, Enrique Vega, Mari Watanabe, Raquel Castellanos, Antonio Ivorra, José María Lorente, Ximena maier, Inés Menacho, Armado Ruah, Enrique Vega, Macarena Antolín, Raimundo García del Moral, Ángel Martínez, Nagore Azurmendi, Oscar Caballero, Ignacio Crespo –coordinador del grupo de cata de la revista-, Miguel Ángel Almodovar, Juan Antonio López Goñi, entre otros.

También participan los ilustradores Jacobo Gavira -quien además pone imagen al *Salón Internacional del Club de Gourmets* desde 1997- y Mireia Eslava. A los mismos hay que sumar los corresponsales nacionales e internacionales que cada número dan vida a las “Crónicas Gourmets”.

La revista ha comenzado el año bajo la dirección de Reyes López; Paz Ivison continúa como Subdirectora hasta que con la publicación del ejemplar número 375-376 de este año la revista suprime, definitivamente, el área de Subdirección-; también se mantiene Alicia Romero Drapier a cargo del diseño de la publicación. Alicia Romero Drapier será sustituida por Elvira Manzano Rozas en el número 374 del mes de junio.



Sumario del número 378. La revista reorganiza el sumario e introduce cambios estéticos (2007).

Este año la revista, tras la incorporación de Elvira Manzano, representa un año de cambios estéticos. Los retoques -siempre prudentes- han dado lugar a la misma revista de siempre bajo el atractivo de los nuevos tiempos. Tengo que señalar en este recorrido que se ha echado en falta unas breves palabras al lector que anunciaban –justificaban o explicaban- cada cambio. Y eso a pesar de que estos lectores han tenido bastante que ver con la construcción de la revista durante todos estos años –recordemos llegados a este punto la insistencia de la revista, a través de encuestas periódicas, al sondear a sus lectores con encuestas donde se le pide opinión sobre la revista-. A pesar de largo trayecto recorrido

la revista con más de treinta años de historia se mantiene incombustible en el mercado.

Ramón Freixa es nombrado cocinero del año, el agua –tanto bebida como disfrutada en las carnes a través de baños de altura- vuelve a acaparar la atención de los medios especializados. San Francisco se suma a las “Crónicas Gourmets”. Las islas –tanto Baleares como Canarias- son propuestas a través de su cocina y sus playas, también montañas. El restaurante Mugaritz y el trabajo con la temporalidad en la carta son este año relevantes; el trabajo de Aduriz y de todo su equipo no hace sino acaparar todas las miradas. Postres y tapas continúan su ascenso. El malagueño Dani García deja atrás Tragabuches para capturar la atención a través de su cocina en Calima –a este periodo debemos *“Fondo de Mar”*. Internet cada día muestra su potencial y comienzan ahora los primeros debates sobre la relevancia de los blogs y espacios digitales escritos por aficionados en contraposición al trabajo profesional de periodistas y críticos. El poder que acaparan es tal, según las publicaciones especializadas en este momento, que algunas de ellas creen posible que, en muy poco tiempo, serán capaces de hacer la competencia a los críticos habituales y hasta a los cocineros reales. Y, definitivamente, cada vez son más frecuentes las vinculaciones de la gastronomía con el arte a través de eventos, exposiciones, edición de libros y armonías en restaurantes. Casi toda la influencia proviene de la vecina Francia.

Y viajes, cerca de 500 propuestas han pasado por estas páginas a lo largo de sus 380 números a finales de 2007.

Durante los próximos números, las páginas de “Vinosselección” estarán elaboradas por la redacción. La revista, que mantiene la media de sus páginas desde su función con escasas excepciones, señalará de ahora en adelante las páginas de opinión. El chef José Andrés, el cocinero español que ha conquistado a los americanos, protagoniza la portada del número 384 del mes de abril de 2008. El chef está de moda con su espacio televisivo “José made in Spain”, es el primero de nuestros cocineros que a partir de ahora protagonizarán portada tras portada. El trabajo o buen hacer de Ángel León, de momento “marinero en tierra” reciben atención. El Gin-Tonic ya está de moda este año y sobre el mismo se ocupan las revistas especializadas incluía ésta. Atrás quedan los reportajes de carácter histórico, salvo por las líneas pertinentes que

acompañan a los reportajes de viajes donde se narra siempre algo de cada territorio. Centrada completamente en el momento y bullicio gastronómico, la revista ofrece sobre todo textos y noticias centrados en los temas de actualidad, tanto en lo que concierne a la comida o la alimentación gourmet como al mundo del vino.

Este año el fotógrafo Carlos Rondón<sup>405</sup> firma una foto de portada; también Yayo Galiana<sup>406</sup> y Antonia Peña<sup>407</sup>; y continúa la labor de Carles Allende quien viene colaborando de manera habitual con la revista será igualmente artífice de varias de las portadas de 2008 cuyo año se inaugura de nuevo con una ilustración de Jacobo Gavira.

A estas alturas podría pensarse que la revista no tiene nada que demostrar sin embargo y mes a mes, reaparece en el mercado con nuevas propuestas. Si el producto acaparaba toda la atención hace ya más de una década, ahora estamos ante un momento decisivo en cuanto a exportación se refiere. También en lo gastronómico donde la atención de la cocina ha sido en parte colapsada por el interés y presencia de sus artífices: los cocineros, y, en general, la figura humana, serán ahora quienes acaparen las portadas.

En 2009, las caras de la gastronomía en *Club de Gourmets* serán las de Oriel Balaguer, Carme Ruscalleda, Juan Mari Arzak, Carlo Petrini, Pedro Larumbe y Ramón Freixa.

David Muñoz consigue, tras año y medio de duro trabajo en su local de la calle Francisco Medrano número 5, que el brillo de su cocina acapare todas las miradas. Con tan sólo 28 años ha conseguido revolucionar la escena gastronómica de la capital. Idéntico éxito está cosechando en estos instantes Ramón Freixa también en la capital. A pesar de que las circunstancias económicas han dificultado la situación en el conjunto del país, donde la oferta gastronómica se resiente, los cocineros acometen reformas para continuar con la viabilidad de sus proyectos. El regreso a una cocina básica, sin que por ello sea una cocina simple, ceñida a productos asequibles se asienta en prácticamente

---

<sup>405</sup> Número 390.

<sup>406</sup> Número 392.

<sup>407</sup> Número 389.

todas las propuestas. Platos tradicionales y menús más económicos a través de fórmulas tituladas “Mis platos de casa”<sup>408</sup> y la irrupción e imitación de un nuevo concepto, los “gastro bares”, término acuñado por José Carlos Capel de rápida expansión y reproducción por lo acertado de una tendencia que buscaba su propia denominación y cuya imitación será, a partir de ahora una constante. Y donde uno de los locales más admirados, examinado incluso por la competencia, serán las tapas de altura de Paco Roncero en su “Estado Puro” que están en boca de todos.

La maquetación de la revista recae en manos de Álvaro Reinlein; cerrando el 2009, será la diseñadora Nuria Sánchez dará forma al proyecto editorial que continúa este mismo año con el staff de dirección: Francisco López Canís –Editor/Presidente-, Reyes López –Directora publicación-, y, Raquel Castellanos, Elena Rodríguez y Magdalena S. Castañón –Redacción-.

La revista sufrirá a partir de ahora varios cambios con respecto al diseño, y no será el trabajo de Nuria Sánchez el trabajo definitivo y la manufactura de diseño que incorpore *Club de Gourmets*, dado que en mayo de 2010 se incorpora como responsable del diseño de la revista, Irene Castillo. Vendrán todavía más cambios de los que lo más relevante resultará la supresión de aquellas “secciones fijas” por un “fuera de carta” con el que la publicación gana en libertad.

Sobre la remodelación estética interior y los contenidos, la revista recupera el cuestionario para sondear a sus lectores; el mismo acompañará las páginas de la revista en el número doble de verano del año 2010. Y es este año, con la puesta a la venta del ejemplar número 407, con el que la periodista Elena Rodríguez pasa a ocupar el cargo de Jefa de Redacción.

Durante todos estos años y en 2010 la publicación mostrará, como lo ha hecho siempre, su preocupación por la seguridad de la alimentación, su calidad y procedencia, así como de la profesionalidad en restaurantes y hoteles, reivindicando el ascenso en la escala de reconocimientos profesionales. Desde su fundación, años en los que

---

<sup>408</sup> El nombre de la nueva gama de precocinados, de calidad diferenciada, lanzada por Martín Berasategui quien asesora a restaurantes con propuestas ajustadas a partir de elaboraciones de quinta gama (cremas, albóndigas, croquetas, canelones, etc.).



predominaba el esfuerzo por la explicación y educación del lector en materia de alimentación y productos de calidad, *Club de Gourmets* ha evolucionado sin perder esta fidelidad temática para, acorde con los nuevos tiempos, explicar la relevancia de las nuevas normas, de las denominaciones de origen, de la trazabilidad del producto, etc., puesto que son los únicos argumentos con los que combatir el fraude. La gastronomía española, absolutamente reconocida y admirada, tiene ahora el reto en manos de una nueva generación de cocineros cuyo dilema se debate en las técnicas culinarias en constante evolución desde la irrupción de la cocina de vanguardia, y la cocina tradicional, la cocina ligada al territorio y la herencia. Como resultado de la tensión anterior surgirá un grueso de cocineros que apostando por el producto y aplicando la técnica consigue dar vida a platos que padecen el acoso provocado por la crisis económica. La alternativa hará suya la cocina auténtica, el producto local y la sinceridad gastronómica que marcarán la tendencia durante los próximos años cuyo reflejo recoge la revista. En cuanto al vino, la formación del enólogo, el perfil profesional de los nuevos bodegueros, los esfuerzos por generar un mercado sólido de exportación y la recuperación de terrenos vinícolas y variedades autóctonas supondrán el cierre de un ciclo. El cava rosado, puesto de moda en Francia, se extiende al resto de mercados; España no será una excepción. Los estudios de ADN sobre variedades, las alternativas al corcho y los efectos beneficiosos del vino para la salud, junto con el liderazgo estadounidense dentro del mercado de vino mundial, son los temas destacados por la revista en el número especial que sirve para celebrar los 400 ejemplares que *Club de Gourmets* ha elaborado desde 1976.

Los clásicos números que cada año dan cuenta de los mejores restaurantes y los mejores vinos españoles seleccionados por la mesa de cata de la revista y todo lo acontecido en el Salón de Gourmets –en su edición vigésimo tercera- son el grueso de contenidos de tres ejemplares (fórmula habitual desde hace años) en 2009.

Este mismo año las páginas de “crónicas” quedan acotadas a una doble página; los corresponsales serán en esta etapa: Nagore Azurmendi (País Vasco), Óscar Caballero (París), Ricardo F. Callejo (Londres), Mayte Díez (Cataluña), Alfredo Erviti (Navarra), Mario Hernández-Bueno (Canarias), Lluís Ruiz Soler (Comunidad Valenciana), Helio San Miguel (Nueva York), Eufrasio Sánchez (Asturias), Andoni Sarriegi (Baleares), Humberto



de la Torre (Andalucía), Guillermo Campos (Galicia). Los mismos darán cuenta de las novedades y tendencias ocurridas en los lugares desde los cuales ejecutan sus crónicas.

Asimismo colaboran en la elaboración de los textos de este año 2009, entre otros, los siguientes periodistas y/o expertos en producto: Cristina Alcalá, Ana Montes, Pablo Plaza, Maricar de la Sierra, Laura Melgarejo, Andoni Sarriegi, José Alves, Serafín Quero, Ana Montes, Sara Cucala, Mercedes G. Palau, Álvaro Monjardín, José Luis Murcia, Marco Bozzer, Sergio Carbó, Mercedes González-Frías, Andrea Guolo, Sacha Hormaechea, Myriam López, Gonzalo González, Pepe Barrena, Javi Antoja de la Rosa, Librería A Punto, Javier Mazorra y Antonia Peña.

Antonio Peña, Carles Allende, Irene Castillo, Javier Peñas y Yayo Galiana serán los responsables de la fotografía de portada.

“Mesa Revuelta” cierra prácticamente las páginas de la revista hasta el número 402, y las propuestas gastroliterarias, gracias a los cambios estéticos, ganan tanto en lo visual como en el número de títulos que en el mismo espacio pueden destacarse. Pero sin duda la gran aportación, recuperación más bien, es la incorporación de nuevo de la firma de Joaquín Merino a partir del número 402 del mes de octubre de 2009. Una página de opinión que ahora lleva por nombre “El gusanón resucitado” que permanecerá hasta 2011.

2011 es el año de las quejas y los lamentos, no por parte de la revista pero sí de algunos de sus colaboradores que alertan sobre los nuevos “gastroempresarios”, esto es, buena cartera para emprender un negocio, poco o ningún conocimiento sobre hostelería y restauración. La moda de la cocina, el ladrillazo culinario pretende así instalarse en nuestro país, y lo consigue. Poner un restaurante, y aunque sea, como es, una bruta generalización, oscila ahora entre una nueva vía de escape para herencias y herederos de gruesa billetera y pésima formación, y la oportunidad para desamparados de empleo y paro, tristes hipotecados hasta las cejas que ven en el pequeño local, quizás, su última salida. Una especie de negocio del todo o nada en el que muchos, además de dejar el descontento en la clientela, dejarán sus propias cejas, es decir, alcanzarán la ruina total. También proliferan los locales que anuncian gastronomías foráneas y regentan foráneos de opuestas latitudes (como ejemplo valga el editorial que el mismo Joaquín Merino

dedica al tema en el número 42 del mes de mayo de 2011 titulado “000-Licencia para guisar”<sup>409</sup> donde da cuenta del último restaurante peruano regentado por filipinos).

También es éste el año del vigésimo quinto aniversario del *Salón de Gourmets*. Por este motivo la revista saca un número especial, un número sin número podríamos decir, que repasa la trayectoria de una de las citas por excelencia de la gastronomía en la capital: una muestra tan creciente como esperada.

Con el número 420 del mes de abril de 2011, el diseñador Jacobo Gavira, quien lleva desde 1997 desarrollando la imagen del Salón de Gourmets, aparece junto a Irene Castillo en el staff relativo al diseño de la publicación. La revista continúa con los retoques estéticos en lo que parece ser la incesante búsqueda de la perfección. En este mismo número la periodista Mayte Díez, desde año corresponsal de la publicación en Barcelona, pasa a formar parte del equipo de redacción en Madrid. De nuevo en el número 423-424, ejemplar que aglutina los meses estivales de julio y agosto de 2011, número que sirve para celebrar el aniversario del nacimiento del gallego Álvaro Cunqueiro -texto conmemorativo que elabora el veterano y querido periodista Cristino Álvarez-, se producen cambios en la autoría y colaboración del diseño. Junto a Irene Castillo aparecen Bianca De Stefano y Edwin Pérez. La revista incorpora unos prácticos cintillos en las páginas que guían la lectura y sus temas. En cuanto a contenidos amplía el gusto por el texto o la redacción; la misma aumenta con respecto años anteriores en los que los reportajes y artículos se habían reducido.

El reinado oriental queda en 2012 en manos de Japón y su cocina en España. “La invasión nipona”<sup>410</sup>, el resurgir del helado, el pan, los nuevos valientes (empresarios de nuevos establecimientos a pesar de la situación económica) y sobre todo el rediseño llevado a cabo por Edwin Pérez hacen de la revista que rebosa contenidos y que ha sustituido las tradicionales “Crónicas de...”<sup>411</sup> por “Novedades...” consiguen revitalizar

---

<sup>409</sup> Revista *Club de Gourmets*, número 421, mayo de 2011, p. 98.

<sup>410</sup> Título del reportaje de Mayte Díaz que se incluye en el número 431 de la revista en 2012 pero cuya tendencia es contrastable en el resto de publicaciones.

<sup>411</sup> Seguido del nombre de la ciudad desde la que se informa.

con energía la publicación gastronómica veterana de cuantas componen esta investigación.

La singularidad cosechada por esta publicación, su identidad, reconocible aún en la distancia, y el imperturbable punto de vista en un lector de corte serio o clásico, si se prefiere, al que no le gustan en exceso los cambios. Un público entre el que se encuentran los propios profesionales de la restauración y enología, que buscan confianza y rigor por encima de locuacidad de contenidos y una supuesta transgresión que en la inmensa mayoría de los casos no rebasa la primeras líneas, han logrado su perdurabilidad. Es así un valor seguro con el que regresar a casa revista bajo brazo.

En enero de 2014 la revista abría su portal digital. Sin embargo, por decisión editorial la prioridad hasta el momento ha continuado manteniéndose en su apoyo a la versión física soporte papel. De tal modo que Internet fue visto por *Club de Gourmets*, al igual que por otras cabeceras de muy variada temática, como un escaparate más a través del cual reconducir al lector digital hasta el quiosco. La revista de papel se mantiene con una tirada mensual que ronda los 30.000 ejemplares, pero en este periodo de tiempo, la versión digital ha evolucionado, como es lógico. Ha pasado a ofrecer contenidos más atractivos, integrados y adecuados al medio, explotando además, todas su conexiones (redes sociales, blogs, vídeos, audios, etc.)<sup>412</sup>.

*Club de Gourmets*, revista de alta gama especializada en gastronomía ha cultivado desde su fundación los grandes reportajes, la información de tendencias y novedades en torno a chefs y locales dignos de visitarse, y presentó y detectó nuevos proyectos que destacaban por su innovación. Fue impulsora del movimiento culinario que dio origen a la Nueva Cocina Vasca. Pionera en celebración de ferias gastronómicas y creación de las nuevas guías dirigidas al gran público –tanto enológicas, como turísticas y de restauración- su trabajo nos ha acompañado y ha contribuido a la educación gastronómica. Sin duda, e propio impulso experimentado desde el centro neurálgico de la gastronomía, la cocina, ayudó a su expansión e imitación, primero, originalidad después, de otras muchas cabeceras que veremos a continuación.

---

<sup>412</sup> Datos proporcionados por Reyes López, Directora de la revista *Club de Gourmets*. Envío de cuestionario vía mail. Respuestas recibidas 28-07-2015.

Esta revista puede definirse por su constante preocupación por el reconocimiento de la profesión de cocina y sala, así como por su apuesta en el conocimiento o formación gastronómica del ciudadano, también por la seguridad alimentaria, los avances culinarios, el entretenimiento y la información más inmediata cuyo volumen ha crecido en los últimos diez años. La sensibilidad por el hecho gastronómico y su trabajo en cuanto a necesidad de reconocimiento social y el de su vinculación con el ámbito de la cultura son igualmente rasgos destacables. Quizás excesivamente respetuosa, prudente o miedosa, a la hora de realizar cambios significativos, como si en ello fuera la pérdida de la traición, pero consciente de la necesidad de renovación, siempre prudente, *Club de Gourmets*, permanece en el quiosco manteniendo sus principios fundacionales. Continúa viva y en esa vigencia que aún conserva y que en parte facilita el sector en constante movimiento, la revista, cuasi intemporal si la observamos desde el grueso temático del que se ocupa, ha conseguido lo que muchas otras cabeceras, gastronómicas o no, ansían: la fidelidad de un determinado perfil de lectores que, lejos de buscar la sorpresa constante, apostó por el asentamiento de contenidos y fiabilidad de firmas. El hecho de tener a su alrededor todo un equipo en torno a la cultura, divulgación –a través de sus guías que parten de la propia experiencia y percepción sobre el producto y transmiten seguridad, pero sobre todo resultan ser fieles consejeras por encima de todo-, en definitiva de la venta de vino de la que participan, junto al impulso que supone la celebración, año tras año del *Salón de Gourmets* desde el año 1986, son sin duda importantes recursos que han contribuido a que estas páginas, en tiempos complejos como los que acechan al periodismo se mantengan vivas. Sin duda, la suya es una historia de éxito que todos los que amamos la lectura sosegada y amiga, tejida desde el periodismo racional debemos celebrar.



### 3.2.8.2 *El Almanaque de los golosos y las guapas de Xavier Domingo*

#### 3.2.8.2.1 *Xavier Domingo: aires políticos, desafío gastronómico*

El número uno de la provocativa publicación dirigida por el polemista periodista y escritor Xavier Domingo sale a la venta en diciembre de 1976. Siguiendo la estela marcada por *Club de Gourmets*, se incorpora al mercado de publicaciones mensuales pero no solo para ofrecer gastronomía.

El *Almanaque de los golosos y de las guapas*, título adaptado del famoso calendario de Grymod de la Reyniere, estará editado por Información y Publicaciones S.A. cuyo presidente, Luis González Seara<sup>413</sup>, delega la dirección ejecutiva en este periodista y escritor que ya venía publicando una columna gastronómica en el semanario de información general del mismo grupo, *Cambio 16*<sup>414</sup>, desde ese mismo año.

Esta singular revista no responde exactamente a lo que entendemos por tipo de publicación gastronómica a pesar de que ha pasado a la historia como tal –al menos es la alusión constante o reincidente dentro del sector que adjetiva la publicación como erótico-gastronómica, que sin ser del todo mentira, tampoco es completamente verdad-.

Tanto la dirección de la revista, en manos de uno de los gastrónomos que ha gozado de más autoridad en España -uno de los más reconocidos en el ámbito de las letras gastronómicas, también uno de los más polémicos tanto en lo político como en lo gastronómico-, así como la profundidad de cada uno de los temas, entrevistas o reportajes sobre cocina o gastronomía que fueron publicados, hacen necesaria su inclusión en esta configuración panorámica sobre la génesis y evolución de la revista gastronómica en España. Fue tal la influencia de Xavier Domingo que muchas de las recetas aportadas, investigadas y publicadas por él continúan siendo fondo de numerosos artículos en la actualidad; sobre todo de aquellos firmados por las plumas que, por edad o corresponderse con generaciones posteriores inmediatas, se ilustraron a

<sup>413</sup> Luis González Seara, fundador y Presidente del Consejo de Administración de Información y Publicaciones, S.A., editora de Cambio 16, Diario 16 e Historia 16, mantiene la dirección hasta el final de la publicación de la publicación. Xavier Domingo será durante el tiempo de vida de la revista Director Ejecutivo.

<sup>414</sup> El número cero de *Cambio 16*, revista de información general de periodicidad semanal, se publica en octubre de 1971.

través de este enciclopédico periodista, autor entre otras de la obra *Cuando sólo nos queda la comida*<sup>415</sup>.

Xavier Domingo comenzó a escribir su crónica gastronómica semanal en la revista *Cambio 16* en uno de los periodos más importantes de nuestra historia: cuando España estaba inmersa en la apertura política, el despertar democrático y se comenzaban a respirar aires de libertad, espíritu presente en numerosas revistas de información político-social.

Nacido en Barcelona (enfrente del Mercado del Ninot, el 24 de junio de 1929), Domingo fue durante años militante *trotskista* y miembro activo de un grupo surrealista francés<sup>416</sup>. En 1942 su familia, debido a la presión política, debe instalarse en el País Vasco, donde reside hasta el año 1956. Ese mismo año se marcha a París a trabajar como reportero en la Agencia *France-Press*. En Francia, además de trabajar para la agencia de noticias, ejerce durante un tiempo como corresponsal para *Cambio 16*. Es en este país donde entra en contacto con representantes de la vanguardia francesa y con varios pintores surrealistas. En 1976, año en que regresa a España, pone en marcha una columna gastronómica que publicará semanalmente en la revista *Cambio 16* hasta el año 1977. Cuando Xavier Domingo fallece en Barcelona, el 12 de mayo de 1996, se encontraba, periodísticamente hablando, activo. Por aquel entonces ejercía de Consejero Editorial para el diario *El Mundo* en Barcelona<sup>417</sup>. El infatigable escritor dejaría tras de sí una relevante obra gastroliteraria y gastroperiodística con títulos memorables –*De la olla al mole, El vino. Trago a trago, La cocina del Buscón...*– además de obtener varios premios, entre ellos, el premio Paternina de Periodismo de 1981. Escribió para publicaciones especializadas en vino como *Bouquet* o *Gran Reserva*, entre otras, y su figura representa un tipo de escritura característico de un periodo crucial para el desarrollo del periodismo en España.

---

<sup>415</sup> Este volumen fue el número dos que sacó a la venta la editorial Tusquets en febrero de 1980 dentro de su magnífica colección Los 5 sentidos. En la misma se recopilan los artículos que Xavier Domingo publicó sobre gastronomía en *Historia 16*, *Cambio 16* e *Historia y Vida*, entre otras.

<sup>416</sup> Domingo, Xavier (1980). *Cuando sólo nos queda la comida*. Barcelona, Editorial Tusquets. Biografía, datos autor.

<sup>417</sup> Necrológica. “Fallece a los 66 años el periodista Xavier Domingo”. Diario ABC del 14 de mayo de 1996, p. 53. Hemeroteca digital ABC.



El pensamiento gastronómico de Xavier Domingo, su filosofía o modo de entender copa y mantel, quedaron resumidos en la siguiente frase: “La llamada gastronomía no es sino una parte, mínima, cerrada y de escaso interés (un saber de casta, un tanto idiota y otro tanto más apartado de la realidad), del vasto problema culinario, capítulo importante, éste sí, de la sociología, de la etnología, de la historia y de otras grandes ramas del humanismo moderno”<sup>418</sup>. Fragmento que recoge filosofía y personalidad de su autor.

Por este motivo, y por su capacidad para conectar a través de territorios, ideas y cocinas, aspectos candentes procedentes de mundos aparentemente lejanos y dispares entre sí, su escritura fue única. Huyó siempre de pedanterías, no esquivó la polémica y jamás se consideró gastrónomo, un término para el periodista cargado de significado y reminiscencias ideológicas de poder superlativo que sustituyó por el de “cocinólogo”.

Como periodista que gozó de reconocimiento y credibilidad, a pesar de sus enemigos, sus textos fueron fuente de inspiración, material seguro con el que documentarse, y también, de plagio<sup>419</sup>.

Del huracán venido de Francia llamado Xavier Domingo da cuenta el también magnífico periodista Cristino Álvarez: “De repente, un ciclón rompió el pacífico panorama -español-: llega de Francia Xavier Domingo, y se pone a repartir estopa a diestro y siniestro en “Cambio 16”. Xavier echaba de menos, como otros, imaginación en una cocina muy apegada a la rutina. Reclamaba atención al producto propio y de temporada, fresca en las elaboraciones. Fue el gran agitador de la cocina española allá por los años 80”.<sup>420</sup>

<sup>418</sup> En *El doble sello de Salomón de la cocina en España*, Almanaque de los golosos y las guapas, Marzo, 1977 p. 91.

<sup>419</sup> “Plagio gastronómico de Salvador Castro a Xavier Domingo” en Proceso.com.mx, edición digital: “No menos del 98% de las frases que Salvador Castro emplea en su artículo “De la cocina en México”, aparecido en Unomásuno el viernes 20 de enero en la página 19, corresponde a las páginas 23, 23, 24 y 265 de *Cuando sólo nos queda la comida*, del escritor español Xavier Domingo, editado por Tusquets Editores en febrero de 1980”. Federico Campbell, 4-2-1984. [En línea]. Disponible en [http://hemeroteca.proceso.com.mx/?page\\_id=278958&a51dc26366d99bb5fa29cea4747565fec=137960&rl=wh](http://hemeroteca.proceso.com.mx/?page_id=278958&a51dc26366d99bb5fa29cea4747565fec=137960&rl=wh). [Consultado 28-08-2015].

<sup>420</sup> Álvarez, Cristino (Caius Apicius). “Dos huracanes que cambiaron la gastronomía”. Lo mejor de la gastronomía. [En línea]. Disponible en: <http://www.lomejordelagastronomia.com/en/firmas/dos-huracanes-que-cambiaron-la-cocina-espanola>. Consulta 01-09-2014.

A pesar de contar con la dirección de Xavier Domingo, *El Almanaque de los golosos y de las guapas* pertenece a un tipo de revista miscelánea que entre otras muchas cosas habló de gastronomía, cocina y buen vivir. Una publicación híbrida entre tendencias de moda, actualidad político-social, guía del buen vivir y temática gastronómica, áreas en las que también encontró fácil acomodo el destape. La publicación responde, por un lado, al despertar editorial del país donde la revista política ya estaba en marcha, y por otro, representa la modernidad que todavía está por venir al incluir moda y lo que denomina “holganzas” entre sus páginas. En cuanto a los temas culinarios y gastronómicos abordados, los mismos son abundantes y de calidad, pero aparecen en la misma proporción que el resto de asuntos señalados antes e incluidos en cada una de sus variadas secciones. Motivos por los que considerarla gastronómica sería tan justo como catalogarla de tendencias, moda, erotismo y agitación de índole político-social. Con todo, es sin duda alguna una revista indispensable por cuanto relación mantiene con la gastronomía, por haber estado dirigida por este gran representante del gastroperiodismo nacional, y por ser una de las primeras publicaciones en prestar a esta temática atención pormenorizada, periódica y rigurosa con la intención de divulgarla a un público general, en principio, no elitista.

Entre sus páginas aparecen, junto a la gastronomía, temas tan dispares como reportajes históricos sobre lugares emblemáticos, artículos y reportajes sobre moda, espectáculos y deportes; también aparecen recomendaciones sobre música y reproducción de algunas poesías; la revista rebosa crítica y reflexión en aquellos textos que tienen que ver con las relaciones humanas, la actividad política y la convivencia social. No en vano el propio Domingo fue un hombre comprometido con los nuevos movimientos alejados del conservadurismo mostrándose siempre atrevido, provocador y ejerciendo la ansiada libertad de expresión. De tal modo que el controvertido tema de la sexualidad de los españoles o las relaciones de pareja, con sus inconvenientes, dramas y desacuerdos -divorcio, homosexualidad, anticonceptivos, etc., todos ellos hasta entonces temas tabú- son habituales o reincidentes en la publicación.

Analizar esta publicación supone un auténtico experimento, una especie de viaje en el tiempo con el que observar y obtener la radiografía del pulso social español de la década de los años setenta.

Por todo ello acertaríamos mucho más si en lugar de catalogar esta publicación como publicación gastronómica, afirmáramos que estamos ante un medio de expresión contundente en el que se apuesta por el placer y la libertad de los individuos, desde textos críticos y de carácter divulgativo que incluyen la gastronomía como vehículo de cultura, conocimiento, disfrute y felicidad; posicionada en lo ideológico, la erudición gastronómica, la cocina, los buenos restaurantes y las bodegas formarán parte de esa felicidad individual y colectiva propuesta y al alcance de una España media con cierto nivel cultural o aspiraciones de obtenerlo. Sin embargo, como demostraré más adelante, en lo que atañe a la gastronomía, sus textos apenas suponen un cuarto del total de contenidos que aparecen en cada número de esta publicación. Y además fueron tan llamativos como lo fueron el resto de temas a los que prestó atención la revista.

Teniendo en cuenta lo anterior, tampoco les faltaría razón a todos aquellos que, durante el breve periodo de vida de la revista, la criticaron y clasificaron como publicación erótica-gastronómica que, al estilo de *Interviú* -editada a partir del mismo año por Zeta D.L.-, incluía abundante destape que sin duda forma parte de su personalidad, y de nuestra historia. De ahí que haya permanecido en la memoria con el adjetivo de publicación erótico-gastronómica, pero es tan erótica, como gastronómica o política. Lo que en puridad fue este Almanaque, pasa por la confección de una publicación con pretensiones de agitación ante las demandas de libertad sexual, la necesidad de control de natalidad y la reivindicación de emancipación e independencia de la mujer con respecto al poder del hombre dentro y fuera del seno familiar.

Como ésta es una revista de finales de los años setenta, nos encontramos en una España tímida y aleccionada que comienza a caminar con prudencia hacia la independencia. Al mes siguiente del lanzamiento de la publicación tendrían lugar los famosos y tristes acontecimientos del bufete de abogados laboristas de Atocha, del asesinato colectivo en los que murieron 5 personas y 4 resultaron heridas a manos de terroristas de extrema derecha. Las cargas policiales y la represión estudiantil son igualmente algo característico del periodo.

Entre las ensoñaciones de los ciudadanos españoles y españolas se hallan por igual el reconocimiento de libertades políticas, la necesidad de modernidad, de

participación, desarrollo, y, emancipación femenina y libertad sexual. Habituales son los cruces de fronteras en busca de literatura e inspiración, y, también de diversión. Temas candentes del periodo, por citar algunos, serán el divorcio, la píldora anticonceptiva, el aborto o la drogadicción que comienza a detectarse en el sur de España. El prototipo de sociedad de este periodo ejerce por encima de todo un esquema patriarcal, masculino, lo que se evidencia no sólo en el tratamiento informativo de las publicaciones de la época, en la firma (de los casi todos) periodistas, en imágenes y en la publicidad, sino en el concepto de placer que divulgan algunas de las nuevas y atrevidas publicaciones como la ya mencionada *Interviú* o la que nos ocupa. Aunque es cierto que la mujer se incorpora a las redacciones, su peso, visibilidad o influencia es mínima por no decir inexistente hasta la década siguiente.

Esta propuesta de placer que aparece en el *Almanaque de los golosos y de las guapas* puede ser practicado por el lector mediante la recomendación de restaurantes, la explicación de productos, bodegas, vinos y en definitiva mediante la comida, pero también visualmente a través de la imagen desnuda de la mujer (la mujer aparece como objeto de deseo, placer y consumo). Pero no es menos cierto que también estamos ante la necesidad de recuperar y normalizar las relaciones entre hombres y mujeres, de asimilar la naturaleza de los instintos y las atracciones inherentes a la condición de seres humanos, con sus virtudes y defectos. Y también de los problemas que todo ello conlleva, de ahí que la revista incluya en su sección “Vivir Juntos”, todo un hito, reportajes - basados en entrevistas y testimonios- sobre el divorcio, la convivencia o la silenciada homosexualidad de hombres casados.

Como vemos es esta una publicación singular por la que respira la libertad, una revista que abre cada número con divulgación culinaria y gastronómica al que acompañan asuntos actuales de la vida social; un cóctel extraño y explosivo como veremos a continuación de manera pormenorizada. De hecho recibirá críticas por buena parte del público debido al tipo de contenido; críticas a las que el propio director ejecutivo responderá, justificándolos, de la siguiente manera: “[...] no es en ningún modo «erótico-gastronómica», -se refiere la publicación-, sino que trata muy en serio y sin el menor destape de cuestiones de mesa, de moda, de holganzas y de convivencia a

nivel de vida cotidiana”<sup>421</sup>. Vemos en la respuesta la sorna característica de Xavier Domingo: el destape, (¡cualquier tipo de destape!) queda completamente reconocido.

El *Almanaque de los golosos y de las guapas* sale a la venta exactamente ocho meses después de que *Club de Gourmets* lanzara su primer ejemplar a la calle. El número uno sale a la venta en diciembre de 1976, y su último número, el cuarto, se publica en marzo de 1977.

La revista, de 128 páginas en cada uno de sus números, sufre durante su breve vida los cambios y retoques a los que son dadas todas las publicaciones nuevas. Los diferentes sumarios dan cuenta de las secciones en las que se dividirá la revista; siendo el número uno, el más caótico por cuanta falta de coherencia organizativa presenta con respecto a las demás. A partir del segundo número la entidad de la revista queda más clara así como la división temática a través de cuatro grandes secciones o apartados que ya aparecen claramente identificadas: “Mesa”, “Moda”, “Holganzas” y “Vivir Juntos”. Estos se mantienen hasta el número cuatro, publicado en el mes de marzo. En este último número el sumario, del que desaparece la sección “Vivir Juntos” y “Moda”, se desglosa así: “Circunstancia”, “Sociedad”, “Holganzas”, “Mesa”, “Las chicas de Almanaque” -con lo que se evidencia ese carácter erótico, asumido, integrado y publicitado a través de la sección- y “Secciones”.

La revista, que cuenta con muy poca publicidad, no incluirá editorial propiamente dicho en ninguno de sus números. Sin embargo, en el primero de todos ellos, el reportaje que inaugura número y publicación, viene a dar cuenta de alguna de las razones del almanaque en su redacción final. Firmado por Xavier Domingo y titulado *Fiestas*, el reportaje concluye así:

“[...], esta revista no va a incitar a nadie al ahorro. Salimos en período de fiestas y vamos a hablar, esta vez y siempre, de las tres cosas en las cuales gastamos y despilfarramos el dinero que ganamos y que ganamos para gastarlo: la comida, el vestirse y el divertirse. [...] vamos a hablar juntos y vamos a ver qué problemas nos plantea vivir juntos y gastar juntos y

---

<sup>421</sup> Esta respuesta la daba el director ejecutivo de la revista, Xavier Domingo, al periódico *El País*, el día 4 de diciembre de 1976, a través de una carta dirigida a este diario mediante la cual aclaraba, además de lo anterior, la edición de una colección de libros de cocina que el Almanaque sacaría a la venta a partir del ese mismo mes de diciembre.

despilfarrar juntos, puesto que no hay fiesta solitaria, por más que, desgraciadamente, queden demasiados solitarios en la Fiesta. [...]”.<sup>422</sup>

Este texto es en puridad el alma de la publicación. A partir de una extensa explicación sobre el disfrute y apropiación de las fiestas por poderes y religiones, Domingo desgrana el concepto fiesta a lo largo de la historia y a lo largo y ancho del planeta. El mismo sirve de advertencia al lector sobre las propuestas que encontrará en la publicación, para que pueda disfrutar de su particular fiesta dado que “vivimos en un mundo lleno de posibilidades, sencillas o suntuosas, caras o baratas, y demasiado a menudo lo ignoramos [...]”.<sup>423</sup>

Xavier Domingo cierra este primer texto con el deseo de seducir a la audiencia con la nueva publicación que a modo de “catálogo mensual”, ofrecerá muchas “fotos y lectura” para “golosos y para guapas”.

La revista ofrece al lector entre sus páginas, mediante un cupón, la posibilidad de suscripción a la misma por un importe de 1.500 pesetas al año, lo que supone el ahorro del importe de dos números sobre lo que hubiera sido un total de 12 números publicados por año si la vida de la revista hubiese continuado (el precio de venta de cada ejemplar individual era de 150 pesetas).

### **3.2.8.2.2 Los Golosos y las Guapas: aquellos ‘locos’ ochenta**

*Almanaque de los golosos y de las guapas* sale a la venta por primera vez durante el mes de diciembre de 1976. Este primer número con el que se abre la revista más que sumario indica un índice de contenidos que prescinde de la indicación de cada sección y sus correspondientes contenidos. En el mismo se encuentran las secciones que la revista mantendrá hasta el número tres, dado que con el número cuatro, el último de toda la serie, la estructura interna se modifica, corrige y amplía como veremos más adelante.

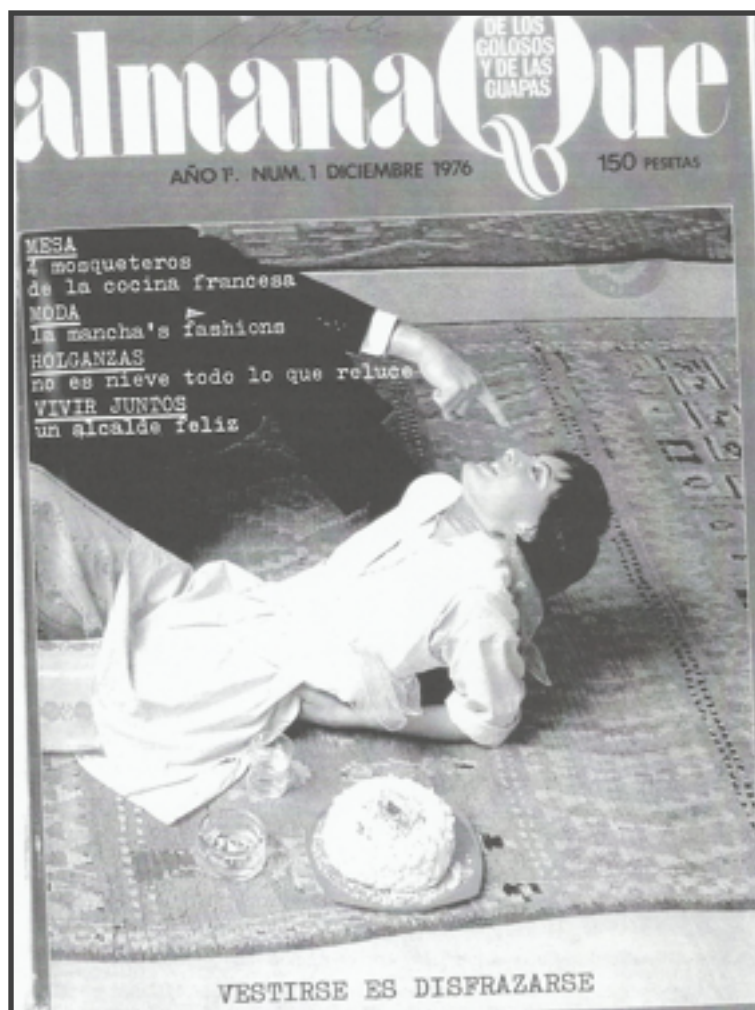
---

<sup>422</sup> “Fiestas”, Xavier Domingo. *Almanaque de los golosos y de las guapas*, nº 1, diciembre de 1976, p. 9.

<sup>423</sup> Ibid.



La revista completa suma 128 páginas y las secciones que se establecen, a pesar de que no se indica como digo en el sumario, son “La Mesa”, “La Moda”, “Holganzas” y



Almanaque de los golosos y de as guapas. Número 1, 1976

“Vivir Juntos”. Será un texto titulado *Fiestas* y firmado por el propio Xavier Domingo el que abra la publicación. El mismo da cuenta de la evolución de las festividades y la apropiación de las mismas primero por motivos religiosos, después comerciales. El texto aspira en su parte final a editorial ya que explica en sus últimos párrafos la razón de ser de la publicación: una revista para “golosos y guapas” porque ofrecerá tentaciones y propuestas para gozar de la vida así como contenidos para estar guapos y guapas -moda-, y también para mostrar “chicas guapas”, ya que es innegable el carácter erótico de la

publicación que irá progresivamente en aumento con cada número.

En este primer número, la primera sección titulada “La Mesa” consta de 27 páginas de gastronomía. En las mismas se incluyen los siguientes textos: *Mosqueteros de la cocina francesa* (sin firma) donde habla de Paul Bocuse, Michel Guerard, Raymond Oliver y Gaston Lenotre; *De tiznao en tiznao* firmado por José Díaz -típico plato de los gañanes manchegos-; *Cuba libre y Daykiry, las bebidas del continente mestizo* firmado por Jorge Edwards; *Vender fruta. Un hobby sin vacaciones*. También forman parte de esta



sección unas páginas de recetas y recomendaciones gastronómicas -guía de restaurantes-.

“La Moda” consta de 33 páginas de reportajes sobre vestimenta puntera, más una pequeña guía con propuestas y recomendaciones. “Holganzas” abarca 26 páginas con música, recorridos por lugares emblemáticos para pasear, reportajes sobre deportes, y de nuevo unas páginas finales a modo de guía con propuestas y recomendaciones sobre los temas anteriores.

“Vivir Juntos” consta de 31 páginas donde se agrupan los siguientes reportajes: *Un alcalde feliz*, *El pueblo desconocido*, *Cementerio de animales* y una guía con información útil del tipo recomendaciones que aborda temas tan variados como las novedades sobre el código civil y la pena de muerte para la mujer por adulterio hasta 1933, restaurado en las Cortes en 1944 y finalmente retirado en 1963; también incluye textos breves sobre compras, recomendaciones para reparar muebles, aromas, ecos de sociedad, novedades sobre la creación de asociaciones o movimientos extranjeros como el AFW -Association of Family Women- de amas de casa norteamericanas que reivindican su derecho a ocuparse del hogar y, al mismo tiempo, a trabajar fuera de él.

Este número incluye -ubicadas dentro de la guía- una doble página titulada “Antología de Recetas”, un cómic firmado por Arhciduris y Amenchazurra y titulado “La vida real”, y las recetas del dibujante Oski –una receta acompañada de dibujos-.

“Moda”, “Vivir Juntos” y “Holganzas” representan un total de 90 páginas frente a las 27 páginas de las que consta “Mesa”.

En este número el componente erótico, presente, es sin embargo, sutil. Además de estar diseminado en algunos textos, únicamente es en las páginas de moda donde se ofrecen imágenes de mujer en ligero a raíz de un reportaje sobre la misma prenda. La publicación apunta esta tendencia en todas sus páginas pero es mínima.

El número dos de la revista sale a la venta en el mes de enero de 1977. Con él la publicación demuestra mejor organización desde la primera hasta la última página y en el sumario se destacan, únicamente, los títulos de las diferentes secciones que componen

la revista que abandonan el artículo determinado singular en su encabezado y pasan a llamarse “Mesa” y “Moda”, mientras que “Holganzas” y “Vivir Juntos” se mantienen. El sumario tan sólo destacará el reportaje o artículo más llamativo o representativo del conjunto que componen cada sección.

“Mesa” ocupa en esta ocasión un total de 30 páginas. La sección en su número del mes de enero trae los siguientes reportajes: *Comer en Madrid* de Xavier Domingo; *Fin de Año, fin de cerdo* firmado por José Antonio Gabriel y Galán; *Marcel Legrand, vendedor de vinos* de Marcelo Aparicio. También incluye la página ilustrada tituladas *Antología de Recetas* y un estudio sobre las virtudes curativas o médicas de los vinos españoles – enoterapia- titulado *Doctor, un tinto por favor* firmado por el doctor E. A. Maury, más un nuevo texto de Xavier Domingo titulado *Cuenta sin propina* donde habla de productos y recomienda algunos locales, y una nueva página con la receta ilustrada de Oski.

La sección dedicada a la moda aglutina 27 páginas que desglosan las novedades sobre la moda de hombre y de mujer y en sus páginas finales incluye la guía de moda con recomendaciones, trucos y nuevos locales de ropa, zapatería o modistos.

En “Holganzas” se incluyen los siguientes artículos y reportajes que suman un total de 36 páginas: *Todos los caminos llevan a Montecarlo* firmado por Tomás Cavanna – sobre la mítica carrera-; *El París de Simenón* de Osvaldo Tcherkaski sobre la figura del escritor; *La música* de Santiago Amón; *Vela de invierno* –deportes de mar y peligros meteorológicos-, reportaje firmado por José María Rodríguez; un nuevo reportaje sobre vehículos, esta vez titulado *El Seat se echa al monte*, de nuevo de Cavanna; y concluye con la guía Holganzas.

“Vivir Juntos” comienza en este número a parecer la radiografía político-social que se confirma en los números siguientes española. Con un total de 31 páginas esta sección incluye un reportaje sobre los juguetes que titulado *Alicia en el país de los horrores* y firmado por Alain Kélépikis ahonda en la forma directa en que los juguetes propuestos a los niños condicionan su futuro profesional, su rol, sobre todo en lo que concierne a la niña que más tarde será mamá. *Las separadas no apestan* firmado por Andrés Carabantes incluido en esta sección es un texto revelador que, ante la inminencia

de un proyecto de ley sobre el divorcio, expone varios casos sobre situaciones reales de mujeres casadas, los entresijos del código penal vigente y la necesidad de asimilación del verbo separar, en clara alusión al rechazo social que provoca la “separación”. Un nuevo texto sobre juguetes pero en clave lúdico-erótica sobre la juguetería La Carraca -C/ Andrés Mellado, 29, Madrid- sin firma titulado *Los juguetes de Gorris se aman* –juguetería artesana y singular donde es posible encontrar piezas de madera de superhéroes y Hitlers erectos<sup>424</sup>, y *Travesía en Madrid* de Gonzalo Armero, propuesta de recorrido por la ciudad, junto a el cómic *La vida real* de Archiduris y Amenchazurra más la habitual guía de novedades y recomendaciones de idéntica temática, cierran la sección.

En total el número dos del *Almanaque de los golosos y de las guapas* aglutina 128 páginas, cifra que mantiene fija la publicación para cada número. De ellas, 94 están dedicadas a muy variado contenidos agrupados en estas tres últimas secciones desglosadas -“Moda”, “Holganzas” y “Vivir Juntos”-; frente a esta cifra, tan sólo 30 páginas agrupadas bajo la sección “Mesa” contienen textos sobre alimentación, cocina y gastronomía.

Con exactamente idéntica estructura el número tres publicado en el mes de febrero de 1977 incorpora dentro de “Holganzas” una página sobre arte que pretende ser una sección más informativa que crítica titulada “Almanaque de los artistas”.

“Mesa” abre la publicación y contiene, como es habitual, artículos y reportajes gastronómicos. *De la oca, el hígado* (de María Helena de Salas, primera firma de mujer que aparece en la publicación), *Viaje al país de la oca* (de Xavier Domingo); *Calçots* (Rafael Espinós) son los textos largos o de fondo. Antología de recetas, la guía de restaurantes con novedades y recomendaciones gastronómicas y del sector de la alimentación completan la sección que en total suma 31 páginas del grueso de 128 que la conforman.

La sección “Moda” ofrece dos reportajes, uno dedicado a la mujer y otro a las tendencias en el vestir masculino. En total este tipo de contenido suma 32 páginas.

---

<sup>424</sup> El reportaje incluye fotografías y en una de ellas aparece un pequeño muñeco de madera, estilo cascanueces, con la imagen de Hitler y el pene erecto. *Almanaque de los golosos y de las guapas* número 3, Marzo de 1977, p. 110.

“Holganzas”, ante las fiestas de carnaval incluye varios reportajes sobre la fiesta: un amplio reportaje sobre Colonia y las fiestas de carnaval titulado *Pecar en Carnaval* (firmado por José Comas), otro titulado *Pecar en Río* (de Pablo del Barco), y otro titulado *Pecar en Villanueva. Todos contra Peropalo* -lengendario bandolero- (de Álvaro Gamboa). También incluye un reportaje sobre rugby firmado por Jean Virebayre, y un reportaje que de contenido sexual titulado *De Sade a Sada* que está elaborado por Homero Alsina Thevenet.

La guía de la sección, recomendaciones y novedades musicales de la mano de Marcelo Covián, y el artículo de Santiago Amón que inaugura la página “Almanaque de los artistas” completan la sección “Holganzas” que en total ocupa 35 páginas.

En “Vivir Juntos” los textos *Lo de Cuba no es socialismo* (Carlos Franqui); *Franqui, un revolucionario* (también sobre Cuba y firmado por Pablo Neira); *La huelga de piernas cruzadas* –sobre prostitución- (firmado por la segunda firma femenina que hace pública la revista, Ana María Schoua); *Píldora y divorcio a las urnas* (de Julián Castelló); un reportaje sobre la editorial Destino titulado *La saga de los Nadal* y las páginas finales que ocupa la guía de la sección, completan esta sección de 32 páginas.

Con el recuento y desglose anterior comprobamos de nuevo que el contenido cocina/gastronomía ocupa 32 páginas frente a la suma del resto de secciones de temática variada que asciende a 99 páginas.

En el número 4 de marzo de 1977 la estructura de la revista cambia, se incluyen nuevas secciones y sube tanto la intensidad como la cantidad del contenido erótico que de las secciones de moda, de las ilustraciones y cómics, y, en general, del resto de artículos se instala en los temas gastronómicos.

La revista presentará en el sumario la siguiente estructura en su presentación: “Circunstancia”, “Sociedad”, “Holganzas”, “Mesa”, “Las chicas de Almanaque” y una sección final titulada “Secciones”. Sin embargo, a pesar de no constar en el sumario, la publicación abre este número, el número cuatro, con un consultorio que lleva por título *Cocina con amor*. Ante las preguntas sobre problemas gastronómicos y culinarios que los

lectores les han hecho llegar, el almanaque anuncia que responderá mensualmente estas cuestiones en la breve sección de tan sólo una página.

A este consultorio le sigue una página de humor y dos páginas al estilo noticias breves o ecos de sociedad, tan variados como ilustradas -cada texto se acompaña de fotografía-.

A continuación aparecen los textos que conforman “Circunstancia”. Un total de 38 páginas que aglutinan los siguientes reportajes de carácter político: *Domínguez: un capitán secuestrado* -versa sobre la figura de José Ignacio Domínguez, quien fuera portavoz de Unión Militar Democrática (UMD); *Doña Irene: princesa, socialista y exiliada* -se refiere a Irene de Holanda que vive en el exilio y se declara socialista-; *La socialternura de don Enrique* -Enrique Tierno Galván-; y, *Los ultras y la nueva mafia* -a raíz de los atentados de Atocha y la violencia de grupos fascistas en España y en Europa-.

A esta sección le sigue “Sociedad” con 18 páginas (*No se juega con el juego* -sobre la apertura de nuevos casinos-; *Sevilla, encrucijada de la droga*; *París es una cama redonda* -sobre el intercambio de parejas en Norteamérica-; *Costumbres en revolución: los nuevos padres* -relata la experiencia de varios hombres que ejercen o compatibilizan el trabajo fuera de casa con las tareas del hogar-).

En “Holganzas” quedan agrupadas 18 páginas donde aparecen los siguientes reportajes: *Los hombres voladores* -deporte-; *Vacaciones en galera* -náutica-; y *El golf para la democracia*.

“Mesa” está compuesta por 34 páginas de 7 textos titulados: *El doble sello de Salomón de la cocina de España*, *Agonía de nuestros quesos*, *Comer en Pekín*, *Guía de restaurantes*, *Cata de vinos La Rioja*, *Antología de recetas* y *Postre*.

Y entre todas estas secciones se ubican los contenidos de “Las chicas de Almanaque”, un total de 18 páginas, donde aparecen los siguientes contenidos: *Harriet en marzo*<sup>425</sup>, reportaje sobre la modelo más cotizada de Brasil, Harriet Bowker, en el que, como viene siendo habitual en la revista de marcado carácter erótico, aparece la modelo

<sup>425</sup> *Almanaque de los golosos y de las guapas*, número 4, marzo de 1977, pp. 32-37.

semidesnuda. A este le sigue, más adelante, “*Mis ninfas de Ibiza*”<sup>426</sup> texto que explica el - sospechoso<sup>427</sup>- trabajo del fotógrafo Jacques Bourboulon; y una serie de fotografías eróticas tituladas *¡Visca Lida!* *¡Visca el amor!*<sup>428</sup>



Sumario del Almanaque de Xavier Domingo, n.º 3.

A pesar de que los contenidos de “Mesa” puedan resultar los más numerosos de manera individual (con 34 páginas) en comparación con el resto de contenidos, la suma de las secciones “Circunstancia”, “Sociedad”, “Holganzas” y “Secciones”, da como resultado 74 páginas, lo demuestra, sin añadir las 18 páginas de contenido erótico sin relación con la comida y/o la gastronomía, la variedad y preponderancia del resto de contenidos (política, información general, sociedad, moda, ocio) sobre el contenido estrictamente gastronómico y/o la culinario.

Concluido el análisis posterior no queda sino corregir a todos a aquellos que tildaron la revista en su conjunto como publicación erótica-gastronómica. Erotismo y gastronomía hay, y un rato, pero no es lo suficiente para poder catalogarla así. Es casi seguro que el impacto de la publicación, con el destape y enfoque de contenidos, en los que la vertiente sexual está muy presente, contribuyera a tal clasificación que permanece aún viva entre aquellos que la recuerdan.

Sin embargo, del recuento anterior se deduce, de manera inequívoca, que el contenido que sobre cocina y gastronomía que incluyó Xavier Domingo entre las páginas

<sup>426</sup> Ibid., pp. 58-63.

<sup>427</sup> Del texto se deduce la obsesión de un hombre por fotografiar el cuerpo femenino, lo que no sería ningún misterio hasta que aparece la edad de sus modelos: de entre trece y veinte años. Aclara que las menores cuentan con el consentimiento paterno.

<sup>428</sup> *Almanaque de los golosos y de las guapas*, número 4, marzo de 1977, pp. 84-90.

de este almanaque representan sólo un cuarto de la publicación. Y de estas mismas páginas de gastronomía, tan sólo el número final de la publicación pueden denominarse como erótico-gastronómico, más por las imágenes que acompañan a los textos que por los textos en sí. Retrospectivamente, la presentación y enfoque de estos temas gastronómicos están, afortunadamente, completamente fuera de lugar.

En cualquier caso, el almanaque debe entenderse en el contexto social de los años setenta y las opciones periodísticas que trataban de hacerse un hueco en el mercado español de la época donde el destape estaba siendo explotado como fórmula por los medios de comunicación. Como señaló Balzac a raíz de los tipos de historias contenidas en la historia global de cada nación, lo que la publicación dirigida por Xavier Domingo pareció demostrar fue la necesidad de visibilizar esa parte de historia privada que las nociones poseen, aunque a veces permanezcan en la oscuridad, prohibidas, se escondan en un armario o sólo se mencionen en la intimidad. Lo que no sabemos es si su proyecto vio en el destape el gancho con la audiencia a la que quería sin embargo enseñar otros temas de actualidad y, desde el punto de vista editorial, necesario debate para la modernización del país; o, si por el contrario, el propio Domingo fue víctima de sus debilidades (o delirios) personales.



### 3.2.8.3 Galimberti, el club del vino y el despegue de Vinoselección

Tras la todavía por estas fechas corta pero sólida andadura de *Club de Gourmet*, un club de vino decide dar el salto de la bodega al papel. Varias fueron las publicaciones que vieron la luz auspiciadas por la misión comercial de la venta de vinos. Una de ellas, fue *Vinoselección*<sup>429</sup> cuyo primer número vio la luz en febrero de 1977; la publicación fue el origen de otra de las grandes cabeceras gastronómicas que se fundaron en nuestro país en la década de los años ochenta. Se trata de la revista *Sobremesa* cuyo punto de partida fue este club de vinos.

*Vinoselección*, que nació como una modesta revista especializada en el mundo del vino, acumula en el momento de su lanzamiento, cinco años de experiencia en la venta de vino a través del club de igual nombre fundado por Massimo Galimberti. Su experiencia personal localizando botellas por toda España para disfrutar en la intimidad con familiares y amigos, le llevo a fundar el que será el primer club de vino creado en España.

“Massimo Galimberti disfrutaba descorchando cada botella de vino. Por eso le fue encomendada la misión de buscar los mejores vinos para dichas reuniones y se convirtió en el encargado de seducir vinícolamente a su círculo de amistades. El éxito en dichas selecciones le hizo pensar que, quizás, alguien más necesitara de su experiencia y servicios para saber elegir entre toda la oferta existente y disfrutar de un buen vino. El emprendedor puso sobre el tablero de juego la misma audacia y pasión que ponía a la hora de localizar vinos especiales para sus reuniones fraternales y fundó algo que no existía en España: un club de vinos”.<sup>430</sup>

El 10 de mayo de 1973 nace, oficialmente, el Club de Vinos Vinoselección, y en febrero de 1977, cinco años después, aparece por primera vez la revista del club: una pequeña publicación (28 cm de largo x 20 cm de ancho) de escasas 15 páginas dedicadas en un 95% al vino y “reservada únicamente para los socios”<sup>431</sup>. La gastronomía será mera anécdota (en realidad escuetas recetas y reseñas de productos), hasta que en 1984

<sup>429</sup> *Vinoselección* irá cambiando de sede: comienza en la calle de Vallehermoso, 18 (Madrid), continúa en la calle Comandante Zorita, 4 (Madrid) y culmina su etapa en la calle Conde de la Cibera, 4 (Madrid).

<sup>430</sup> Historia del club Vinoseleccion. Página web oficial. [En línea]. Disponible en: <http://www.vinoseleccion.com/que-es-vinoseleccion>. [Consulta 18-09-2015].

<sup>431</sup> Revista *Vinoselección*, número 1, febrero de 1977, Editorial, p. 5.

tome su relevo *Sobremesa*, revista que recogerá la experiencia anterior y aplicará el empaque periodístico de conjunto con el que amplía contenidos y se profesionaliza para competir con el resto de revistas especializadas en gastronomía que en ese mismo año se encuentran en circulación. Su crecimiento será imparable, tanto que a día de hoy continúa entre nosotros.

La apertura política, el movimiento económico que se registra en nuestro país, la necesidad de modernización e incorporación del ritmo de vida y la apuesta por el ocio - comienzan a perfilarse las posibilidades de explotación turística del país-, junto al rápido crecimiento de la emancipación ciudadana deseosa de caminar libre y sin hilos, cristaliza durante estos últimos años de la década de los años setenta con publicaciones como esta: pioneras y especializadas en una materia, hasta entonces, considerada frívola, elitista, o en el peor de los casos, menor. Sin embargo, las posibilidades de promoción para las bodegas, también para el resto de productos que poco a poco irán sumándose al club, presagian un nicho de mercado con el que crecer económicamente divulgando la cultura del vino, principalmente.

La necesidad de explicación o asesoramiento enológico<sup>432</sup> y resto de productos gastronómicos -queso, jamón, conservas, trufas, foie...-, sobre los que cunde verdadero desconocimiento y sobre el que las publicaciones especializadas demandan regulación, reconocimiento y modernización, impulsan al club de Galimberti a dar forma a la revista *Vinoselección*, publicación bimensual dedicada a los socios del club, cuyas dimensiones serían 28,5 cm de alto por 20 cm de ancho.

Con sólo 15 páginas, su primer número aparece en febrero de 1977 y cada dos meses llegará a los socios del club, siendo su etapa final, la de 1983, la que registra el cambio de tendencia y el advenimiento del nuevo proyecto abierto ya a todos los públicos.

En su primer número, el editorial reconoce el desconocimiento sobre el nuevo terreno que pisa: “Hacer una revista es algo nuevo para nosotros. No creemos, sin embargo que sea algo ajena a nuestra actividad tal y como nuestros socios la conocen. Al

---

<sup>432</sup> De hecho es el motivo principal de las cartas que recibirá la publicación a lo largo de su existencia.

contrario, creemos que sea un desenlace muy natural de lo que hemos estado haciendo hasta ahora. Si nuestra obra consiste en proponer vinos a nuestros adheridos, qué más natural que charlas de vinos, plantearnos problemas alrededor de ellos, intentar hablar por ejemplo de gastronomía o, humildemente y siempre bajo la óptica vitivinícola, de turismo. [...]”.<sup>433</sup>



Portada del primer ejemplar publicado por el club del vino, *Vinoselección*. Galimberti inicia la conquista editorial. 1977.

Figuran en este primero staff de la breve publicación: Eduardo Balbas Utrilla (Director Responsable), Mariano López Bravo (Asesor Técnico), José María Campano (Jefe de Fotografía); la empresa Publipost realizará la dirección artística.

La revista publica cada dos meses información sobre la selección de vinos: las partidas de vino ofrecidas por *Vinoselección* se diferencian del vino del mismo tipo elaborado por el mismo productor, lo que convierte la botella que recibe el socio en algo difícil de encontrar fuera del club. Está será su principal valor añadido: cada botella posee características propias que los técnicos de la revista se encargan de detectar en visitas a bodegas y catas; el propio equipo de la revista

supervisará el embotellado controlando la técnica, el corcho, el estado de la maquinaria, etc.<sup>434</sup>

El club cuenta, además, con esporádicas selecciones de cantidad limitada, son las Reservas Limitadas (RL), con las que bajo las siempre impactantes palabras y expresiones “limitado”, “calidad excepcional” y “hallazgo” seducen al público.

<sup>433</sup> Revista *Vinoselección*, número 1, febrero de 1977, Editorial, p. 5.

<sup>434</sup> Revista *Vinoselección*, número 1, febrero de 1977, Editorial, p. 7.

La publicación ofrece un encuadernado, tipografía, contenido y diseño elementales. Un pequeño índice acompaña cada número en el que se aborda el contenido. Durante su periodo de vigencia como ejemplar independiente<sup>435</sup> intercala una periodicidad desigual, dado que la correlación numérica indica una publicación irregular (alterna periodicidad bimensual y mensual -salvo el mes de agosto en el que no tirará ejemplares-)<sup>436</sup>. Esta alternancia o indefinición podría deberse a la propia dinámica evolutiva de la temática y el desarrollo o confección de la revista, encaminada sin duda a la transformación. Estas páginas que están dirigidas, fundamentalmente, a los socios irán perfeccionando estilo y contenido e incrementará el número de socios a los que además ofrece innovadoras propuestas que irá progresivamente anunciando y aumentando en variedad. Ejemplo de ello será la organización del evento llamado “Un menú alrededor de un vino”, (idea tomada de la publicación en la que viene siendo habitual encontrar en cada número la propuesta de un menú con un determinado –seleccionado- vino; en concreto la idea se trasvasa de la página al restaurante. Se trata de una cena de carácter periódico que se desarrollará en reputados restaurantes de distintas capitales españolas, en las que el tema central será obviamente el vino, el cual se servirá acompañado de un menú elaborado por el chef específicamente para el encuentro: “El chef escogerá un menú de forma tal que la armonía entre caldos y manjares resulte particularmente acertada”<sup>437</sup>. O el anuncio de una nueva selección de quesos originales artesanos; el anuncio de subastas de vino; la organización de viajes enológicos a Burdeos; o el incremento de productos disponibles para los socios a través de la sección Bazar, son buenos ejemplos de iniciativas que hoy nos resultan a la orden del día pero que supusieron visión comercial y/o de promoción.

Sin duda lo más característico de la publicación es la ausencia de firmas hasta el año 1980; sin embargo, siendo consciente de que este hecho aleja seriamente a la revista

---

<sup>435</sup> La revista formará parte, a partir de febrero de 1984 de *Sobremesa*, revista editada por Ediciones de Gastronomía S.A. que mantendrá el club cuya publicación forma parte del grueso de la revista.

<sup>436</sup> Durante el verano de 1979, la revista no edita ejemplares ni en julio ni en agosto.

<sup>437</sup> Oferta disponible para 20 únicos comensales que deben reservar, telefónicamente, la plaza y enviar el talón por el importe correspondiente. El anuncio aparece periódicamente, probablemente, a partir del número 19 del mes de enero de 1980, aunque es posible que lanzase la iniciativa durante el mes de diciembre de 1979 cuyo ejemplar ha sido imposible consultar –no consta en los fondos de la BNE-.

de las características del periodismo, sería injusto considerar *Vinoselección* como una especie de folleto o colección rudimentaria de publrreportajes porque no lo fue. A pesar de que la venta de vino fue su principal motor y el motivo que la hizo crecer y transformarse, sus textos representan una síntesis de labor divulgativa, rudimentaria pero eficaz. Proceso de producción y vinicultura, instrucción y consejos sobre cata; transmisión del lenguaje específico del mundo del vino además de la explicación correspondiente de la selección que cada número anuncia el club, centran los temas que se irán ampliando enfoque progresivamente hasta ofrecer reportajes sobre rincones vitivinícolas (nacionales y extranjeros: Murcia, Huelva, Galicia, Rhin, Alsacia, Burdeos, etc.). Poco a poco se irán introduciendo artículos y textos de carácter histórico, o recopilatorios sobre productos y procesos -la recuperación de la tradicional o la explotación de lo autóctono hacen constantemente aparición-, así como las propuestas de maridaje entre vinos y viandas.

1980 representa cierto grado de evolución de la revista, pues la misma se va profesionalizando. No sabemos si se incorporan ahora, o es ahora cuando comienzan a firmar -visibilizar- artículos, pero el caso es que los textos comienzan a reflejar su autoría.

Jorge Gruart; Ramón; José M<sup>a</sup> Campano; Enric Canut -todos los textos sobre queso serán suyos -fue Secretario General Técnico de la Asociación para el Fomento de los Quesos Artesanos-; M. Bonete; Gonzalo Sol (a partir de 1981); Carlos Perellón; Jaime Botana; Alejandro Capuano Tomey; Xavier Domingo y Carmen Casas (ambos a partir de 1982); Massimo; Eugenio Domingo; Roberto Ramírez; Alfredo de Santiago; Nines y Víctor de la Serna -firman juntos, ella sin su apellido, Arenillas, o a través del apellido conyugal<sup>438</sup>-; y Manuela Prado, son algunas de las firmas que comienzan a aparecer publicados en la revista.

A partir de este periodo también comienzan a aparecer algunos anuncios ajenos al club, como es el caso de los armarios refrigerados para la conservación del vino.

---

<sup>438</sup> Esto ocurre por ejemplo en el reportaje titulado "Tradición y vinos", firmado de este modo y publicado en el número 38 del mes de agosto de 1982, pp. 12-13.

En 1982 se registra un cambio de imagen en la portada y refleja en su interior el staff de la publicación, cosa que hasta ahora no aparecía. De las tradicionales escenas clásicas ilustradas que sustituyeron a partir de 1979 a la fotografía, la revista regresa a la reproducción de imágenes fotográficas como carta de presentación. A partir de este año, conservando en su conjunto la identidad inicial, *Vinoselección* aparece ligeramente renovada y amplía poco a poco sus páginas (pasan progresivamente de 15 a 24, para culminar un año después, en el último número previa transformación en *Sobremesa*, en 35 páginas –cubiertas contabilizadas-. Las responsabilidades cambian y la plantilla de colaboradores se amplía: Juan Manuel Ibáñez (Director Responsable); José María Campano (Director Ejecutivo); Rafael Folonier (Jefe de Redacción); Eduardo Vázquez (Director de Arte y Fotografía; Gonzalo Sol y José L. González (Responsables Técnicos de Gastronomía y Vinos). En la redacción de colaboradores todos los nombres anteriores aparecerán con mayor o menor frecuencia en *Vinoselección*.

En la etapa final, la revista refleja un único Asesor Enológico, José Luis González Cledera, y un único Asesor Gastronómico, Gonzalo Sol.



En el número 45 del mes de junio de 1983 el editorial es claro: “[...]. Como ya hemos anunciado en estas páginas, Vinoselección se propone editar, más temprano que tarde, una publicación de carácter más amplio que la actual, con más páginas (alrededor de 100) y alta calidad literaria, gráfica y de diseño e impresión; es decir, una revista especializada en la temática de la buena mesa, a la altura de las mejores de Europa, una revista de los años ochenta: la que merecen nuestros asociados. [...]”.<sup>439</sup>

El anuncio se materializará unos meses después cuando en febrero de 1984 salga a la venta el primer ejemplar de *Sobremesa*. Culmina así una primera y evolutiva incursión en el ámbito periodístico de los responsables del Club de Vino Vinoselección cuya actividad continúa a día de hoy a través de su plataforma online. La experiencia

<sup>439</sup> Revista *Vinoselección*, número 45, junio de 1983, Editorial, p. 3.

acumulada y la oportunidad de lanzar una publicación especializada, con visión global sobre el fenómeno de la alimentación desde la perspectiva hedonista, es ya una realidad a partir de la década de los años ochenta con históricas cabeceras de las que *Sobremesa* formará parte.





### 3.2.8.4 *Bouquet*. Proyecto enoperiodístico frustrado

La revista *Bouquet* publica su primer número en el mes de julio de 1980. Subtitulada *La guía de vinos* y con una periodicidad irregular en sus comienzos, esta publicación dubitativa en cuanto a la inclusión de mesa y comida en sus orígenes, representa sin duda un ejemplo de la ebullición que, sobre gastronomía y vinos, está experimentando España en la década de los años ochenta. Pionera en el campo enológico dirigido al público general, *Bouquet*, revista bimestral -más tarde optará por la periodicidad mensual-, intercambia varias veces su subtítulo en esta primera etapa inaugural, añadiendo al vino las palabras “licores” o “la buena mesa”. Sin embargo, una vez revisada, no queda sin o reconocer que fue por encima de todo una publicación enológica. Y como tal irrumpió en el mercado con la noble aspiración de trasladar a la ciudadanía el mundo de la enología que, tal y como reconoce su primer director, José Peñín, y como he comprobado a través del estudio de estas publicaciones existentes en estos momentos en nuestro país, “estaba encuadrado en el campo técnico”<sup>440</sup>. Cuando irrumpe *Bouquet* en el mercado, la única revista enológica que se mantiene, en exclusiva para socios del club de vino, no lo olvidemos, será *Vinoselección*, revista a la que restan todavía tres años por delante para lanzarse al público masivo o general y, por tanto, pasar a formar parte de la catalogación de revista especializada en gastronomía en régimen de compra, suscripción o adquisición abierta, es decir, sin condicionamientos de pertenencia y dirigida al público general.

Como apunta José Peñín, “fue la primera revista especializada en vinos, con carácter divulgativo, tal y como ya ocurría en Francia, Inglaterra o Italia”<sup>441</sup>. Sin embargo y a pesar de centrar su actividad en el vino, entre sus páginas también se encontrarán abundantes artículos sobre gastronomía así como recomendaciones sobre restaurantes (una guía mínima incluida entre sus páginas) durante los dos primeros años de existencia.

---

<sup>440</sup> Entrevista personal con la autora. Envío de cuestionario específico respondido vía mail, completado con encuentro posterior personal (18 de noviembre de 2015).

<sup>441</sup> *Ibid.*

La relevancia de la publicación radica, precisamente, en ser la primera publicación dedicada a la bebida, al vino principalmente, y resto de bebidas espirituosas de manera colateral. *Bouquet*, proyecto propuesto por el editor de revistas técnicas, Fermín Gallego<sup>442</sup>, será la primera publicación sobre vinos que aparece en España dirigida al público de manera directa o abierta pues aunque *Vinoselección*, publicación que se dirigirá en primera instancia a los miembros del club de vinos y que más tarde ampliará su espectro lanzando *Sobremesa*, *Bouquet* fue la primera revista en dirigirse al gran público desde la perspectiva de un único producto ligado al ámbito gastronómico: la bebida, y por excelencia, el vino.

Dirigida durante sus tres primeros años de vida, hasta 1983, por José Peñín Santos, y editada por Ediciones Sociales S.A., en quien delega su máximo responsable, el ya citado, Fermín Gallego, *Bouquet* contará desde su fundación con el consejo de Martine Beaulieu, Alain Kèlèpikis<sup>443</sup> y Enrique Peribáñez que constituyen así el comité técnico fundacional de la publicación.

Desde sus inicios la publicación cuenta con la colaboración de reconocidos periodistas gastronómicos como Luis Bettónica, Xavier Domingo, Néstor Luján o el también gran experto en vinos, Manuel Llano Gorostiza, quien recibirá el Premio Nacional de Gastronomía tan sólo cuatro años después.

Con respecto a esta pionera publicación, que sin duda supone un avance considerable en la edición de revistas especializadas en temática enológica, es que *Bouquet*, consciente de la complejidad, riqueza e importancia del vino, cuenta de manera estable con corresponsales en el extranjero (Francia y Alemania a partir del número dos y hasta el número cuatro –Oscar Caballero y Gerhard Heussler, respectivamente-; e Italia y Francia –José González y Oscar Caballero, respectivamente- desde el número cinco; a partir del número siete se incorpora una nueva firma desde Dinamarca, Armando Sirvent. Y este sí es un hecho que merece especial atención pues delimita no sólo el producto periodístico sino su filosofía o intención: constituirse en una revista de

---

<sup>442</sup> Ibid.

<sup>443</sup> Su apellido en esta publicación no refleja las tildes características con las que ha venido publicando hasta ahora en otras revistas como el *Almanaque* de Xavier Domingo, puede que el propio periodista optase por simplificar o facilitar la lectura y transcripción de su apellido.

referencia, basada en la información técnico-especializada del mundo del vino, trasvasada con inteligencia, lenguaje claro y afán divulgador, en el todavía recién estrenado ámbito de la revista especializada en gastronomía en España –donde el vino ocupa un papel fundamental-. A partir del mundo de la enología *Bouquet* afronta, con visión nacional en primer lugar, e internacional avanzado el tiempo, un aparente y poco especializado terreno periodístico poniendo en el mercado una revista que en su primeros años gozaría de una calidad indiscutible.



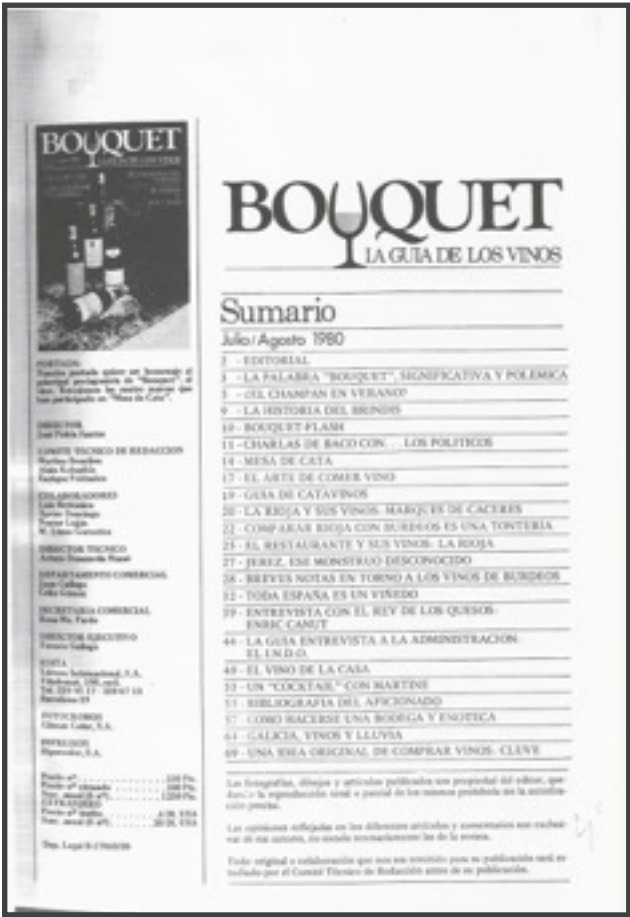
Número 1 de la revista *Bouquet* editada por Fermín Gallego (Ediciones Sociales S.A.) y dirigida por José Peñín. Julio/Agosto de 1980.

Con respecto a los redactores que dan cuenta de la actualidad vitivinícola desde determinadas zonas de España que luego se ampliarán, la revista cuenta con el apoyo, en Galicia y Andalucía, de Xosé Posada y Jerónimo Roldán, respectivamente; ambos periodistas serán los primeros en formar parte de lo que la publicación denomina corresponsales nacionales.

Como digo no es ésta una publicación en la que la cocina tenga el mismo rango de importancia o tratamiento, pues el contenido que publica o al que atiende en mayor proporción sin lugar a

dudas será el vino, que es al tiempo una parte del amplio significado que encierra el vocablo gastronomía. Importante, fundamental y del que no se puede desligar, de ahí que la revista cuyo nombre responde por entero al lenguaje del vino le preste atención. Y lo hará siempre vinculando las relaciones entre vino y alimentación, pero en su particular y preciso enfoque, y he aquí otra importante novedad, será la comida la que permanezca supeditada al vino, el vino sin ningún género de dudas es el que manda. Por este motivo sería más apropiado hablar de revista enológica más que gastronómica –donde el equilibrio entre bebida, vino fundamentalmente, está por encima del peso de la cocina-. En este sentido, la revista afronta, como hiciera *Club de Gourmets*, la vinculación entre ambos contenidos.

En sus primeros números *Bouquet* está completamente volcada con la información, formación y cultura del variado y dinámico mundo del vino: quiere trasladar las, hasta entonces, complejidades del sector, desde la bodega a la cata, pasando por sus políticas, mercados, expansiones, compras o adquisiciones. Bodegas, regulación, denominaciones de origen, viñedos, variedades, concursos, encuentros... En definitiva, todo el vino nacional y extranjero –este último también en menor medida- concentrado en 72 páginas a excepción del anuncio, en el número uno de julio-agosto de 1980, de “El arte de comer vino”, un artículo donde se explica el interés que tendrá la publicación desde ese número en adelante por la relación entre los alimentos sólidos y el preciado líquido. Una misión que encomendará a Alain Kelepikis –cuyo apellido aparece ya sin tildes en el staff de la publicación- que contaba



The image shows the cover and table of contents of the first issue of the magazine 'BOUQUET'. The cover on the left features the title 'BOUQUET' and a photograph of wine bottles. The table of contents on the right is for the July/August 1980 issue.

Sumario	
Julio/Agosto 1980	
7	EDITORIAL
1	LA PALABRA "BOUQUET", SIGNIFICATIVA Y POLEMICA
3	EL CHAMPAN EN VERANO
9	LA HISTORIA DEL BRUNDO
10	BOUQUET FLASH
11	CHARLAS DE BAGO CON... LOS POLITICOS
14	MESA DE CATA
17	EL ARTE DE COMER VINO
19	GASA DE CATAYENOS
20	LA BODEGA Y SUS VINOS: MARQUEES DE CACERES
21	COMPARAR BODEGA CON BODEGAS ES UNA TONTERIA
21	EL REYTAUANTE Y SUS VINOS: LA BODEGA
27	PEREZ: LOS MONSTRUOS DISCONOCIDOS
28	BREVES NOTAS EN TORNO A LOS VINOS DE BURGUNDIA
32	PODA ESPAÑA ES UN VINERO
39	ENTREVISTA CON EL REY DE LOS QUESOS: ENRIC CAMET
44	LA GASA ENTREVISTA A LA ADMINISTRACION DEL UNICO
45	EL VINO DE LA CASA
53	UN "COCKTAIL" CON MARTINI
57	BIBLIOGRAFIA DEL AFICIONADO
57	COMO HACERSE UNA BODEGA Y ENOTICA
61	GALEA, VINOS Y LLEUVA
69	UNA BODEGA ORIGINAL DE COMPRAR VINOS: CLEVE

Las fotografías, dibujos y artículos publicados son propiedad del editor, que da a la reproducción total o parcial de los mismos publicada en la actualidad plena.

Las opiniones reflejadas en los diferentes artículos y comentarios son exclusivamente de sus autores, no siendo necesariamente las de la revista.

Toda original o colaboración que sea aceptada para su publicación será considerada por el Comité Editorial de Bouquet antes de su publicación.

Sumario del primer número de la revista *Bouquet*.

con formación culinaria además de ser infatigable escritor. Será la futura sección que quedará perfectamente definida a partir del número 3 bajo el título “La Mesa de Bouquet” donde se incluirán recetas sobre combinados, artículos y reportajes sobre la mesa y la estación y sus vinos, noticias o actualidad relevante, y las firmas de Lluís Bosch –que explicará el mundo del puro-, el propio Kelepikis marida platos y vinos, y, Néstor Luján pone la nota histórica sobre mesas, bebidas y platos.

La revista, que incluye editorial en cada número, promocionaba con cierta frecuencia, CLUVE, el club de vinos fundado por José Peñín en 1975 y que en 1980 aglutinaba cerca de 4.800 socios y contaba con dos oficinas: una ubicada en Barcelona (C/ 26 de Enero, número 146, de Hospitalet) y otra en Madrid (C/ Ofelia Nieto, número 159).

Su segundo número –un especial sobre los vinos de Cataluña- conserva subtítulo y precio, pero a partir del número tres la revista incluye con motivo de las fiestas navideñas recetas festivas con grandes cocineros y vuelca todo su contenido enológico entre cavas y champagnes.

Este segundo número, correspondiente a los meses de septiembre-octubre de 1980, conserva el formato tanto en sumario como en contenido cuya apariencia no es más que la sucesión numerada de los artículos y reportajes que aparecen en la revista.

En estos dos primeros números la publicación se subtitula, escuetamente, *La guía de vinos*.

El número tres sigue siendo bimensual; es el número correspondiente a los meses de noviembre-diciembre del mismo año, pero a partir del mismo se aprecia el intercambio del subtítulo que sintetizaría la filosofía de cada ejemplar de la revista. Estos cambiarán en varias ocasiones, de tal modo que dependiendo del número en cuestión el lector podrá encontrarse con lo siguiente: *Bouquet. La revista de vinos y licores*, o, *Bouquet. La guía de los vinos y la buena mesa*.

A partir del siguiente número, el número cuatro de enero-febrero de 1982, el sumario sufre modificaciones y los contenidos aparecen separados y agrupados por



conexión. “Jerezísimo” -origen-, “Bouquet Orienta” –biblioteca, temporada y cata-, “Bouquet Abre Sumario” -el Jerez a examen-, “Jerezísimo” -de nuevo, esta vez a través de notas históricas- y “Bouquet Sin Fronteras” –vinos procedentes del extranjero-, podrían considerarse las secciones que a partir de este número cuatro, aparecerán en la revista. Este ejemplar, el número tres está dedicado al vino de Jerez como se habrá deducido por los títulos anteriores, e incluye una reflexión sobre el supuesto enfrentamiento entre Brandy y Cognac.

A pesar de esos pequeños cambios, durante sus cuatro primeros números la revista demuestra coherencia en cuanto a enfoque de contenidos, es decir, al margen de la búsqueda de definición de secciones, el contenido propuesto presenta similitudes, es decir, refleja organización. Cada uno de estos números se centra en una región, variedad o especialidad, incluye noticias, notas históricas, consejos de conservación y cata y esa pequeña guía de restaurantes además de las pocas páginas –entre cuatro y seis- que maridan vino y cocina.

El número cinco, se publica aglutinando los meses mayo-junio de 1981, con el subtítulo *La guía de los vinos y licores* e incluye contenido gastronómico, aunque éste es mínimo y su inclusión está basada en su relación con el vino (se trata de un reportaje titulado Los restaurantes y el vino: usos y abusos firmado por Miguel Espinet).

Es a partir de este mismo número cinco cuando se incluyen las siguientes secciones que se mantendrán en el futuro: “Bouquet Tierra Adentro”, variedades de uvas, vinos y sus zonas; “Mesa de Bouquet”, donde se ubicará una “Guía de restaurantes” que se cierra con unas noticias breves agrupados en “Vinoticias”. En esta sección vino y comida comparten espacio, pero de nuevo es el vino el que sale claramente vencedor.

Los fotógrafos Gol, Sacha y Jordi Soteras aparecen en el staff del número 6, Julio-Agosto de 1981. Un número que anuncia en su portada “Guías gastronómicas del verano” y que supone un salto cuantitativo en relación con la temática culinaria. “Bouquet Tierra Adentro”, “Bouquet Sin Fronteras”, “Bouquet Orienta” y “Mesa de Bouquet” son secciones que comienzan a ser estables.



A partir del número siete se incorpora el corresponsal en Dinamarca, Armando Sirvent. Y los nacionales, Antonio Vergara (Valencia) y Javier Pascual (Rioja), se suman a los dos habituales que mantiene la revista en Andalucía y Galicia.

Pero sin duda es el número ocho –publicado en el mes de noviembre, único número mensual del año– en el que encontramos unos datos significativos periódicamente hablando pues se produce una gran ampliación de colaboradores (Juan José Laptiz, J. León, Eduardo Méndez Riestra, Alejandro Nestor, Miguel Salcedo, Gonzalo Sol y Jorge Víctor Suerio) y, lo que es aún más importante por cuanto característico del ámbito masculino ha sido el mundo del vino en nuestro país: aparecen las primeras colaboradoras femeninas: Carmen Casas, Rossana Acquasanta y María Adela Díaz Párraga. Firmas a las que se sumará la de Ana Lorente en el número nueve – que vuelve a ser bimensual– con una entrevista titulada *Virginia Mataix y los 12 cocineritos* que firma junto a Alain Kelepikis. En ese

mismo número, que se corresponde con los meses de diciembre-enero 1981-82, aparecen de nuevo Carmen Casas, Rossana Acquasanta y María Adela Díaz Párraga.

Estos últimos tres últimos números representan también un ligero aumento en el número de páginas así como en el número de anunciantes.

Al igual que casi el resto de publicaciones abordadas, *Bouquet* ofrece la posibilidad de suscripción anual y la adquisición de números atrasados por el precio de 300 pesetas cada ejemplar. La suscripción anual constaría hasta 1983 de seis números pues hasta ese año mantendrá la bimensualidad –a excepción del número 8 de noviembre de 1981, que representa el primer intento de publicación mensual–, por un importe de 250 pesetas.

Sumario	
1- SUMARIO	BOUQUET SIN FRONTERAS
2- DE TODO UN POCO	
10- LA CRÍTICA DE MENÚ	10- LA COPA DEL MUNDO por José Pardo
11- EDITORIAL	11- EN LAS VIÑAS DE BARCELONA por María Adela Díaz Párraga
BOUQUET TIERRA ADENTRO	
14- ¿DÓNDE VAN LOS VINOS DE CALIDAD CATALANES? por José Pardo	16- DENTRO LA SERA por Javier Pascual
17- APUESTA DE FUYORO PARA LOS VINOS CATALANES por Juan José Laptiz	18- FONDASSA DE JEREZ por J. León
19- CASTILES COORDINER SI por Enrique Portales	19- EL VINO DEL MES
20- ALGO CAMBIA EN SANT SADURNI por Miguel Salcedo	20- PRIMER CONGRESO CATALAN DE LA COCINA
21- UNA NUEVA CORA	BOUQUET ABRE SUMARIO
22- LA "BELLE EPOQUE" DE BARCELONA por Néstor López	22- DE VENDER LOS VINOS CATALANES EN MADRID por Ana Lorente
23- UNA HISTORIA QUE EMPIEZA por Miguel Salcedo	24- DE VENDER LOS VINOS CATALANES EN BARCELONA por Carmen Casas
24- ¿Y VINO PARA UN PRINCIPADO? por Juan Font	MESA DE BOUQUET
25- LA MALVARA DE MITOS	25- EL REGA SI por Javier Pascual
26- LA TIERRA ADELA DE DESPORTA	26- ¿QUÉ REGA LOS FANONOS? por Juan Font
27- KARASIN DEL VINO CATALAN (Otra de más)	27- ¿CÓMO COMPRAR VINOS CATALANES Y BODEGAS? por Juan Font
	28- DON, DON, DON... CONVIENE OTRO VINO por Rossana Acquasanta
	29- EL CORAC 1981 por María Adela Díaz Párraga
	30- NOTICIAS

Las fotografías, dibujos y artículos publicados con propiedad del editor, que siendo la reproducción total o parcial de los mismos prohibida en la autorización previa.

Los artículos reflejados en los diferentes artículos y comentarios son extractos de los mismos, no siendo necesariamente los de la revista.

Todo original o colaboración que sea una revista para su publicación será es-  
tudiada por el Comité Editorial de la revista antes de su publicación.

BOUQUET 8  
La Gaceta de los Vinos 3

Sumario *Bouquet* 1981.

José Peñín Santos mantiene la dirección de la

publicación hasta el año 1983 en el que, su abandono voluntario, se debió “a la pésima gestión financiera por parte de los socios, precisamente cuando la marcha del proyecto iba viento en popa”<sup>444</sup>. Peñín, “a pesar de que la revista cuenta [en estos momentos] con un nuevo inversor mayoritario que le da carta blanca, opta por retirarse”<sup>445</sup>.

En algún momento de 1982 la publicación pasa a publicarse mensualmente<sup>446</sup>. Y también publica algún número extra como el nº 14 de los meses agosto-septiembre de 1982<sup>447</sup> a un precio de venta de 350 pesetas.



Dos de las portadas de la revista publicadas durante sus primeros año de existencia. De izquierda a derecha: números 15 y 16 de 1982, correspondiente a los meses de octubre y noviembre , respectivamente.

Durante 1983, a través de los ejemplares conservados en la BNE, se deduce el incremento de los contenidos sobre cocina y alimentación, sobre producto sobre todo, a través de análisis, comparaciones y reportajes sobre regiones y sus productos característicos o singulares, propios de la zona.

<sup>444</sup> Entrevista personal con la autora. Envío de cuestionario específico respondido vía mail, completado con encuentro posterior (miércoles 18 de noviembre de 2015, Clínica Ana Luzón).

<sup>445</sup> Ibid.

<sup>446</sup> Lamentablemente no se han podido consultar los números que median entre el número 9, diciembre-enero 1980-81, y, diciembre de 1982. No constan en la BNE que es la fuente junto a la Hemeroteca Municipal de Madrid en la que se basa esta investigación. José Peñín, confirma en la entrevista mantenida con él vía mail y en persona que efectivamente la publicación mensual fue su objetivo fundacional.

<sup>447</sup> Ejemplar encontrado a través de las plataformas de venta online y coleccionismo Ebay y Todocolección. Descripción basada en el examen visual de portadas de la revista. Asimismo se encuentran varios ejemplares más, de los que se puede asegurar que los números 15, 16 y 17 se corresponden a los meses de octubre, noviembre y diciembre, respectivamente, del 1982.

En el número 18 la dirección de la revista corre a cargo de Enrique Peribáñez Rufas, y el Comité de Redacción está formado por Enrique Peribáñez, Rossana Acquasanta, Alain Kelepikis y Miguel Espinet. La publicación cuenta con una Asesoría General de Reportajes Especiales a cargo de Alain Kelepikis, y una Asesoría Enológica a cargo de Isabel Mijares.

Colaboradores de Bouquet serán a partir de ahora: Jesús Ávila Granados, Martine Beaulieu, Carmen Casas, Eugenio Domingo, Xavier Domingo, Miguel Espinet, J. León (Jean León), Néstor Luján, Manuel Llano Gorostiza, Eduardo Méndez Riestra, Alejandro Néstor, John Reeder, Miguel Salcedo, Gonzalo Sol, Jorge Víctor Sueiro.

Los corresponsales nacionales que se mantienen son: Antonio Vergara (Valencia), Xosé Posada (Galicia), Jerónimo Roldán (Jérez de la Frontera), Javier Pascual (Rioja), María Adela Díaz Párraga (Murcia), Ana Lorente (Madrid); Juan José Lapitz (País Vasco), Luis Fernández Aguilar (Córdoba). Y en el extranjero: Roselyne Riveccio (París), Armando Sirvent (Copenhague); Revista VINI (Lisboa); Román Ferrari (Bruselas), Paloma Costa (Londres), Antonio Ojeda (Nueva Delhi), Marcelo Aparicio (Roma) y Enrique Kasten (Alemania).



Sumario Bouquet, nº 18 enero de 1983.

Todos estos nombres y corresponsalías no vienen sino a testimoniar el crecimiento y consolidación de revista y temática que amplía sus contenidos prestando atención a otros territorios del planeta. También se comprueba como el avance de la temática culinaria inserto entre sus páginas es progresivo y va en aumento. La publicación se perfila durante todo este 1983 como una clara alternativa a *Club de Gourmets* cuya influencia es notable en casi todas las revistas con las que comparte esta década a excepción del *Almanaque de los golosos y las guapas*, cuyo análisis (tipología y clasificación) queda ya explicado.

*Bouquet* mantiene durante todo este año el subtítulo de *La Guía de los Vinos y Licores* y las secciones habituales -el número 19 de 1983 será un especial dedicado a los destilados y licores y su organización interna es independiente a la estructura habitual debido al contenido en sí-. Pero añade “Bouquet Viaja” con reportajes especiales cuyo enfoque es turístico-gastronómico; “Otras Secciones” con información variada, una especie de miscelánea que incluye críticas de libros, opinión, vinos inéditos y actualidad o panorama; e incorpora una serie de “enciclopedias” o “manuales de vino” sobre productos y vinos que van apareciendo en entregas mensuales formando parte o junto al resto de contenidos de la revista.

También cuenta con las ilustraciones de Miguel Calatayud y Gerardo R. Amechazurra. Así como con los fotógrafos Sacha, Mariano Roca, y Rosa.

El número 23 será un doble de vacaciones (julio-agosto) que sale a la venta con un precio de 350 pesetas, como vendrá siendo habitual en este tipo de números extra que periódicamente sacará la publicación durante los próximos años -a razón de dos números extras al año-. El siguiente, el número 24, recupera la periodicidad mensual, tiene el precio normal de 250 pesetas, y se ocupa de abordar las zonas vinícolas de España.

La entrega número 25 contiene el avance de la cosecha del 83 y está dedicada a la recién nacida Denominación de Origen Somontano. La revista continúa durante todo este año subtitulada igualmente *La guía de los vinos y licores*. Incluye también un dossier Montilla-Moriles, la guía de restaurantes y contenido propio de la sección “Bouquet en la Mesa”. Los vinos de Madrid junto a un análisis de las “otras” Denominaciones de Origen frente a La Rioja serán objeto de análisis y reflexión en el número 26 del mes de Noviembre. En cuanto a cocina será la cocina de invierno la protagonista con un papel destacado y el especial de Navidad (número 27, diciembre de 1983) los que cierran el año.

La publicidad con la que se sostiene la publicación ha sido hasta ahora fundamentalmente de marcas o referencias de bodegas y vinos. No obstante, la inclusión de cocinas y productos, su incremento o representación en el grueso de la revista, hacen que tenga idéntico reflejo. La revista encuentra sin duda una buena fuente de ingresos a

través de los monográficos como el aparecido en el número 18 de este 1983 dedicado al queso. La “pequeña enciclopedia del queso” es un trabajo excelente coordinado por Alain Kelepikis, al igual que el especial del número 20 titulado “Manual del vino y la cocina gallega” con firmas nuevas como la de Rafael Landín Carrasco. En ambos especiales se abordan aspectos tan interesantes para el lector como la búsqueda de la etiqueta perfecta, o las claves de la calidad y autenticidad del producto. *Bouquet* es una revista eminentemente práctica que busca, al igual que *Club de Gourmets*, esa conexión con el lector al que anima a sumergirse en la gastronomía.

Tenemos que dar un obligado salto hasta marzo de 1984 cuando la revista pasa a costar 300 pesetas y está dirigida por Kelepikis. Este número vuelve a recuperar el subtítulo *La guía de vinos y de la buena mesa* y entre sus contenidos se encuentra un especial sobre los vinos de Valencia.



Con el número 31 abril, la revista, titulada *La guía de los vinos y la buena mesa*, estará dedicada a dos comunidades autónomas dispares gastronómicamente hablando como son Cataluña y Andalucía; pero será a esta última a quien dedique el monográfico especial que se incluye en el ejemplar.

En 1985 aparece un número doble que se corresponde con el orden de publicación 40-41. Continúa titulada *La guía de los vinos y la buena mesa* y en la portada, de renovada estética, aparecen estos significativos titulares: *La hora del chocolate* y *Qué comen los ricos*. En contraste con los números anteriores, el vino no aparece expresamente en la portada salvo en el subtítulo y el diseño o estética exterior nos conduce a pensar en lo que pronto será tendencia: la inclusión de ilustraciones y no fotografías como página de bienvenida al lector, como portada seductora en la que la gastronomía suscita también la creación a través de las artes plásticas. En 1987, como veremos a continuación en el próximo capítulo la revista

de gran formato, *Gran Reserva*, será una de las pioneras en la divulgación de las relaciones gastroculturales.

Durante los próximos años y antes de desaparecer, *Bouquet* cuyo precio mensual es a mitad de los ochenta de 350 pesetas, sigue fiel o mantiene su tradicional formato y se aleja considerablemente de la cocina a pesar de incluir en su portada el subtítulo anterior. La pérdida de calidad y originalidad de contenidos pasa factura a la revista en un momento de competencia editorial alto.



### 3.2.8.4.1 El viaje del vino a la gastronomía y la promoción

A partir de 1987, bajo la edición de Julio Cayuela Tormo, *Bouquet* lanzará diez números por año, e incluirá además de título y subtítulo la palabra internacional en su portada aludiendo a la inclusión de unas páginas finales en dicho idioma. La revista se vende en Francia, Inglaterra, Alemania, Bélgica y USA/América Latina. Este hecho responde en parte a la lógica consecuencia de la propia evolución interna de la revista, ya que desde poco después de sus inicios, dirigida todavía por Alain Kelepikis, se ha mostrado proclive hacia la divulgación del mundo del vino independientemente de su origen o procedencia. Durante los próximos años los vinos argentinos, y latinoamericanos, o los territorios de Francia, Italia, Alsacia y Alemania, entre otros, van a tener presencia en las páginas de *Bouquet*.

Salvo el número 51 -del mes de julio- y el número especial de Navidad, el número 56 del mes de diciembre, donde la cocina aparece algo más, vuelve a ser la bodega la completa protagonista; con todo, insisto, el producto (la cocina de la caza, el caviar, los mariscos, etc.) tendrán su representación junto a los vinos más apropiados para su disfrute, el maridaje forma parte de la información. Además un hecho relevante es el aviso de “revista internacional independiente” con el que se desmarca la publicación sobre vinculaciones a bodegas y asociaciones u organizaciones. En el staff a partir del número 51 la publicación suscribe lo siguiente: “Bouquet no está vinculada a ninguna organización comercial o club de vinos. Se autoriza la reproducción de artículos sin previa autorización, con la cita obligada de su procedencia”. En alusión a materiales reproducidos por la revista en ocasiones anteriores.

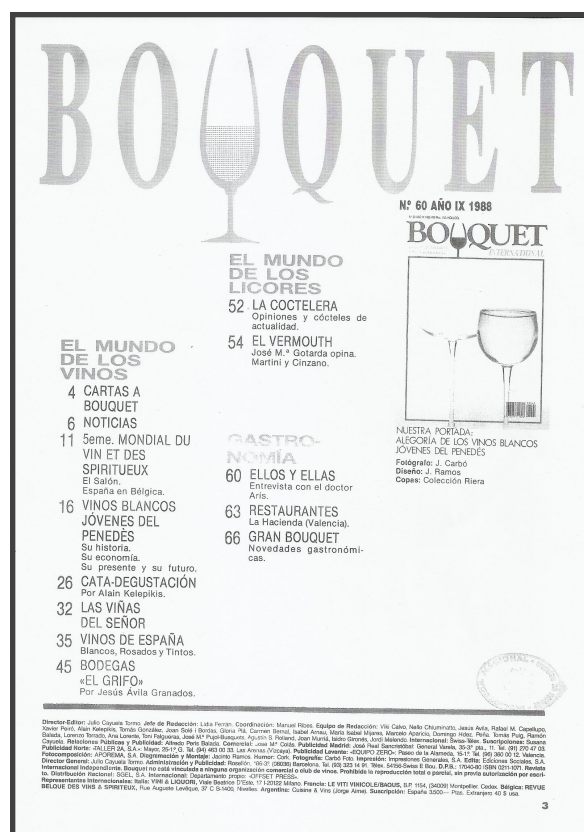
Sin embargo, esta aseveración no estará libre de sospechas a juzgar por la evolución de la revista que, desde la salida de José Peñín, cae progresivamente en picado en cuanto a calidad y relaciones comerciales.

S U M A R I O		
N.º 54 - AÑO VI - 1987		
5	Notas	
	Opinión: COMUNICAR SOBRE VINOS	8
9	REFLEXIONES DE UN DIRECTOR	
	por Joaquín Villagón	10
13	EDITORIAL	
	Informe: EL AÑO INTERNACIONAL DEL	14
	VINO J. Echegaray, Estado Especial	
22	EL CIELO CUMPLE UN AÑO	29
	Mesa de vino: VINOS DE ROSA	
35	Vinos del Norte: JARDIN TEND A LOS	
	VINOS FRANCÉS	38
44	Vinos de Francia: REFLEXIONES Y	
	REFLEXIONES DESDE O PORTO	45
	Marcado: SUSTITUCIONES	
	La Bodega de los Vinos: OMOLOGA	46
	PIRENE ESTADÍSTICA	
46	El Vino en la Mesa	48
	FIGURAS Y REALIDAD	
	Al Color del Hogar: COMO VESTIR LA	56
51	Resistencia: EN EL MADRID	
	CARTEA DE CORRE ALAS	
59	El Mundo del Vino: VINO	60
	Reportaje de Sabón: COMO HACER UN	
	"CON MUNDO"	63
61	El Vino y sus Orígenes	
	La Bodega del Mes: EL COTIDIANO	65
64	La Bodega del Mes: AMELIA TORRES	

Sumario de 1987. Número 54, revista *Bouquet*.



A partir de este número 51 las secciones habituales desaparecen por completo, y a modo de índice se desglosa en la primera página el sumario o contenido. Entre las firmas aparece la de Antonio Mestres, Isidro Gironés, Ramón Balada, José M<sup>a</sup> Pujol-Busquets, Domingo Hernández Peña, Tomás Puig y Lorenzo Torrado. Entre las firmas femeninas se mantienen María Isabel Mijares, Ana Lorente y Gloria Plá.



Revista *Bouquet* número 60 de 1988. Sumario.

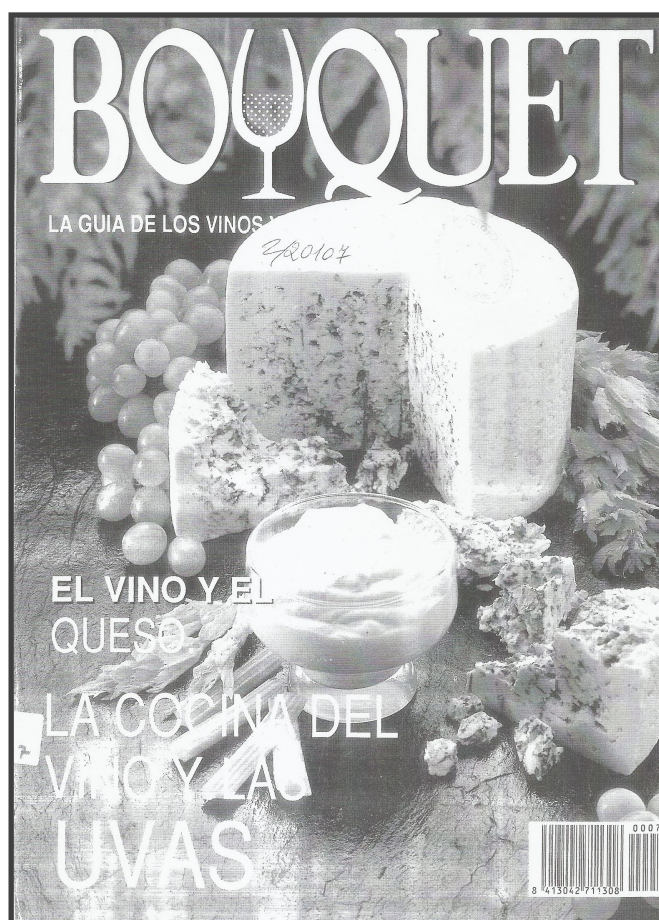
El número 55 será un especial dedicado al champagne. Es éste un número especialmente gráfico, donde las imágenes a color son abundantes. El siguiente número, coincidiendo con la navidad, y estará por entero dedicado a dichas fiestas; lo que suele ser habitual dentro del sector de las revistas especializadas en gastronomía.

Durante 1988 el precio de la revista parece estar buscando acomodo; comienza este año al precio de 350 pesetas en su número 57 e inmediatamente después, exceptuando el número especial Alimentaria 88 que sale al precio de 500 pesetas, los tres siguientes ejemplares saldrán a la venta por un importe de 400 pesetas. Dinero que se verá rebajado a mitad de año y en el número 63 en 50 pesetas, regresando así al coste habitual.

Este año sirve también para remodelar parcialmente la publicación. El contenido de la revista se articula ahora en tres grandes bloques bien definidos desde el sumario donde destacan por temática y tipografía. Durante este año también se publican algunos monográficos como el número 64 dedicado al whisky escocés –la revista se desplazó hasta Escocia para realizar una amplia investigación; esta bebida acapara también buena parte del número siguiente a través de un suplemento especial que coincide con la visita de Isabel II a España.

En febrero de 1989 los vinos de Europa protagonizan *Bouquet*. La toma de conciencia sobre la entrada en el Mercado Común Europeo acapara buena parte de la actividad del sector de la alimentación y las bebidas en España. A pocos años vista de la Exposición Universal de Sevilla y de los Juegos Olímpicos de Barcelona, la caída de las barreras arancelarias y el proceso de integración en el “mercado total” basado en la libre competencia está provocando importantes movimientos en este sector que, en pocos años, va a entrar en competencia con el resto de productos de los países miembros. España representa en estos momentos y según los expertos que vienen hablando del tema en la revista, uno de los países con mayor proyección enológica gracias a su oferta. Historia y tradición vinícola, y formación del lector junto a la modernización del sector, la constitución y el

reconocimiento de denominaciones de origen, y la preocupación por incrementar los rangos de calidad del vino, van a ser los temas principales durante los próximos años. España puede presumir de ser uno de los principales países productores de vino, con mayores cantidades de hectáreas de terreno dedicadas a este producto, sin embargo, de la lectura de los textos que durante estos casi diez años de revista, se concluye la queja general (compartida por periodistas, propietarios bodegueros y organismos implicados de uno u otro modo en el mercado del vino) de la falta de valor de la calidad de nuestros vinos de forma generalizada. Todos reconocen los importantes cambios tecnológicos realizados hasta la fecha pero insisten en que la comunicación es un factor determinante, un eslabón más en la cadena del desarrollo vitivinícola. Los jóvenes enólogos que están



Una de las portadas dedicadas a la cocina del vino.

*Bouquet*, nº 73 de 1989.

apareciendo en Burdeos o California representan cierto grado de evolución a la que en estos momentos debe sumarse España.

Tras quince años de transición tecnológica los vinos de España están en condiciones de entrar en el mercado a escala internacional con embotellados de gran calidad gracias a las denominaciones de origen controladas y la apuesta por la nomenclatura “Vinos de la Tierra”. Lo que proclama casi todo el sector son tácticas de promoción conjuntas y bien estructuradas, basadas en el mensaje de la “calidad de vinos españoles y su gran variedad”. Las principales regiones, o las que con mayor frecuencia son mencionadas, son Jerez, Rioja (alta, baja, alavesa y Haro como centro neurálgico vinícola).

Aguas de mesa; vinos blancos del Penedés, Alsacia; vinos gallegos; vino verde; cavas “catalanes”, y cavas “españoles”, y los cavas y sus guerras ante las discrepancias por el reconocimiento de la denominación Cava para determinados territorios; Canarias y sus vinos, Levante y las grandes añadas van a protagonizar los reportajes más extensos durante este periodo. En lo gastronómico: recomendaciones de aquellos restaurantes y bodegas seleccionados por Bouquet, la cocina regional y los platos de fiesta son lo más destacado. En este sentido y hasta la fecha, la publicación mantiene un enfoque tradicional.

La cocina del vino será precisamente la principal innovación de la revista durante 1989 donde “cocinar con licores”, el maridaje vinos y cocina de verano, el vino y los quesos, “los vinos y el steak tártaro” (sic.), sirven de ejemplo. Este mismo año la revista vuelve a subir de precio, alcanza las 400 pesetas y mantiene el número de páginas y el estilo más que divulgativo, formador, ya que los contenidos contemplan o tienen presente aquella información que busca el profesional y el lector adelantado. Estadísticas, comparativas y cifras de organismos oficiales suelen habituales en reportajes y artículos en detrimento de la opinión que durante este año pasa a un segundo plano. También lo son las citas y congresos específicos. Por lo demás, la revista mantiene un diseño rígido a pesar de los intentos de modernización que salvo por los vaivenes de los sumarios, se mantiene prácticamente igual hasta 1991.

La merma de firmas, el suministro de informaciones por parte de agencias, la corresponsalía de Estados Unidos en manos de Felix Carlos López así como la desaparición del resto de informadores que permanecían en territorio extranjero son los principales cambios durante los meses de 1991 y 1992. Este último año estará marcado por los acontecimientos de Sevilla y Barcelona –feria internacional y olimpiadas respectivamente-.

*Bouquet*, que sube su precio hasta las 500 pesetas, comienza a desdibujar a partir de ahora su proyecto editorial inicial al reducir la extensión de artículos y reportajes, que por lo demás bajan el tono o el enfoque ideado para atender las demandas de un público profesional vinculado al sector vinícola o con especial atención por el mismo. Con titulares concisos alejados del impacto creativo y/o emotivo, la revista huye del enfoque superficial; más que seria resulta sobria en comparación con el abanico de publicaciones similares. El número 96 de 1992, dedicado a la Expo 92, ahonda en la tapa, la tasca andaluza y sus vinos, pero a pesar de contener información útil y precisa, no consigue transmitir la ilusión, el atractivo e incluso la crítica que con alarde de imaginación trasladan otras revistas. Es decir, el contenido adecuado y escogido por la publicación no parece atender con cuidado las importantes innovaciones periodísticas que sí han detectado otras publicaciones (relativas a la fotografía, el diseño y los textos ideados para atraer la lectura desde el titular). Durante todo este tiempo y desde su fundación no ha cambiado la tipografía, ni la distribución de textos o su presentación, que continúan mostrándose básicos hasta el número 98 en el que se introducen algunas modificaciones. En este número el color junto con el cambio de tipografía ofrecen un aspecto renovado que también se percibe en el conjunto de imágenes de portada que sin embargo y a pesar de sus intentos de modernización continúa siendo clásica. La mayoría de los textos aparecen ahora sin firma y las portadas alternan alimentos, vino y cocineros. Lejos de esta investigadora queda la intención de hacer pensar al lector del presente trabajo, que lo clásico pueda ser un elemento negativo, más bien lo que deseo destacar son las aparentes reticencias, miedos o cautelas de los responsables de la publicación ante lo que suponga cambios o adaptación, en una palabra, el freno ante la innovación. A su favor diré que la publicación, durante todo este tiempo, ha sabido establecer la conexión entre temporada, actualidad y vida social y profesional en

relación con las bebidas y el vino, lo que merece reconocimiento y no es éste un asunto menor, dadas las complicaciones que suponen centrar de tal modo el tema específico de la revista.

El número 100 trae aires de cambio. Un intento de mantenerse en el mercado en un país donde la crisis afecta especialmente al mundo de la restauración, del ocio y del consumo del vino. A partir de ahora entre las portadas se intercalarán copas, alimentos y personalidades o protagonistas del vino o la restauración. La democratización de la cocina, precipitada por la situación económica, encuentra su reflejo en los contenidos de la revista que ofrece textos dedicados a productos tradicionalmente vinculados al lujo. La revista prestará más atención al mercado de consumidores, al que informará y asesorará sobre el vino y la buena mesa: “Una nueva etapa que será el inicio de nuevos proyectos con un cambio en el concepto de diseño, la maquetación y el enfoque que tendrán nuestras páginas, con la total asunción de un objetivo único, el de informar a los consumidores de lo mejor que el mercado nos presenta”<sup>448</sup>.

El cambio no contempla sin embargo sumario alguno y los contenidos se ofrecen uno tras otro sin que el lector encuentre un hilo previo salvo las indicaciones de los destacados en portada. Predominan los textos sin firma, y aquellos proporcionados por establecimientos o bodegas; sin llegar exactamente a la fórmula del publisreportaje, y sin indicación alguna de que el lector se encuentra ante publicidad, *Bouquet* incluye textos cuya elaboración, ante una observación experta desde la perspectiva periodística, se deba al propio ente protagonista, sea establecimiento hotelero, restaurante, bodega o vino. Así lo reconoce, años después, su primer director: “La revista fue caminando por los derroteros de la cocina y los viajes, y el vino era solamente un pretexto publicitario con publisreportajes descarados”<sup>449</sup>.

Con todo a su favor (medio, anunciantes, conocimiento del sector) pero con una acusada falta de identidad o elemento diferenciador más allá de la temática compuesta por el binomio vino-bebida, *Bouquet* pierde fuerza a pesar de la pretendida

---

<sup>448</sup> Editorial firmado por Julio Cayuela, número 100 de *Bouquet*.

<sup>449</sup> Entrevista personal con la autora. Envío de cuestionario específico respondido vía mail, completado con encuentro posterior (miércoles 18 de noviembre de 2015, Clínica Ana Luzón).



modernización estética. Aquellos textos que, aún siendo austeros en cuanto a titulares y estilo de redacción estaban muy trabajados en datos e investigación, -textos



Revista Bouquet. Portada del número 101, año 1992.

característicos de etapas anteriores-, pasan a mejor vida<sup>450</sup>. Aunque es cierto que en general las publicaciones van declinando la publicación de textos de carácter histórico o recopilatorio, el texto de investigación o profundo se reduce considerablemente con respecto a años anteriores (salvo los reportajes especiales, que son casi una excepción). Aumentan asimismo los textos que con vinculaciones gastronomía-viajes y merman los de vino en el sentido anterior. Aunque continúan, recortan espacio y con frecuencia remiten a fichas de cata o destacados sobre regiones o variedades específicas junto a marcas de referencias. Salones y

ferias centran la actualidad de la revista que mermará también en número de páginas, salvo algún ejemplar especial.

A partir de 1994, pero sobre todo, en 1995 la revista comienza a publicar textos basados en artículos o reportajes anteriormente publicados (ocurre con el café, con la cocina de uvas y vinos, y el whisky, por ejemplo). Cada vez más, la antaño revista se parece a un conglomerado compuesto por la suma de textos traídos o manejados en función del anunciante. Quizás el ejemplo más clamoroso sea el protagonizado por la

<sup>450</sup> Algún ejemplo de esta falta de creatividad y estilo sucinto que se presupone en un periodismo competitivo puede ser el siguiente reportaje sobre comida china en España que, a pesar de la enrevesada presentación al lector, es un texto interesante. *Bouquet* titula así: *La cocina milenaria de china*. Subtítulo: *Lo más interesante de la milenaria cocina china y sus diferentes aspectos más importantes*. Número 103, 1993.

firma Paellador, que de marca de contraportada y protagonista de varios textos destacados en diferentes números, pasa a protagonizar portada, la del número 123 de 1996 en un número que anuncia “La historia del arroz. El Delta del Ebro” y lleva la foto de la paella prefabricada Paellador en su portada. En muchas ocasiones, y en esta etapa en particular, esta investigadora tiene la sensación de estar ante textos forzados traídos a colación por la presencia de determinados anunciantes. Desde 1995 y hasta su final, la revista irá cediendo calidad y cantidad de contenidos.

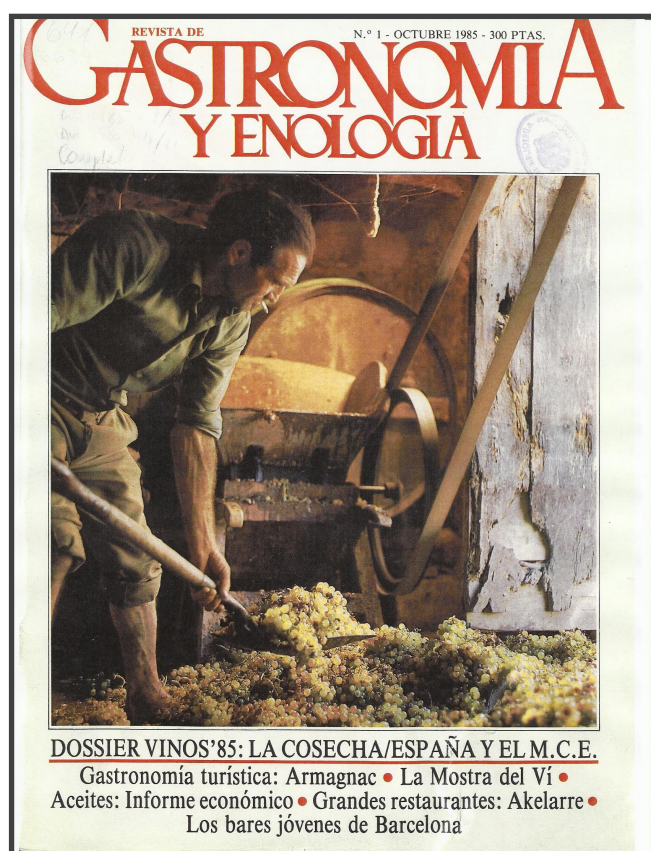
Dejando al margen los cambios propios precipitados por el paso del tiempo, que han sabido entender otras publicaciones, he de concluir que nada tienen que ver las páginas de *Bouquet* en su etapa final al proyecto que le dio vida. La revista, que recupera el sumario y con ello parte del sentido común periodístico, aunque sea en lo que afecta a estructura, culmina en 2003 con el número 136 al precio de 3 €. Una muerte anunciada dado que hacía tiempo no era capaz de recuperar el sentido y la coherencia que se espera de una revista enfocada al público en general con aspiraciones de acercarse y comprender el estimulante mundo del vino.

Con todo, y a pesar de las serias dudas que suscita la observación de la publicación con respecto a la selección, pertinencia o justificación de los contenidos de los últimos años, *Bouquet*, pasará a la historia por haber sido la primera publicación que vio la luz en materia de enología dirigida al gran público, pues aunque *Vinoselección* ya estaba en circulación con anterioridad, su destino o ámbito estaría ceñido durante el periodo fundacional de *Bouquet* a los miembros del club del vino fundado por Massimo Galimberti. Con todo, o a pesar de aspirar a enológica, la comida encontró bastante acomodo, tanto que formó binomio en la publicación.



### 3.2.8.5 Gastronomía y Enología

A mediados de los años ochenta el interés por la gastronomía y las oportunidades editoriales no ha hecho más que empezar. Muchos de los periodistas que han salido de publicaciones pioneras en la materia y con proyectos editoriales en su haber, pasan a formar parte de otros grupos en esa apuesta por la publicación especializada. Entre ocio y formación, entre información e investigación, entre hedonismo con connotaciones de futuro hacia el consumo responsable, irrumpe en el quiosco la *Revista de Gastronomía y Enología* de Estudios y Programas S.A.



Portada del primer ejemplar publicado por *Gastronomía y Enología*, octubre de 1985.

En 1985 y bajo la dirección de Luis Vigil hasta el número 18 de 1987, se publica el primer ejemplar de *Gastronomía y Enología*, una revista que cuenta con la participación del veterano periodista Miguel Sen. El mismo será redactor jefe desde el primer número publicado en el mes de octubre de 1985 hasta el número 15 de la revista, publicado el mes de abril de 1987. Sen no abandonará la publicación ya que continuará publicando textos y amplios reportajes hasta que en a penas unos números más asuma la dirección técnica de la revista.

Con una estructura bien definida desde su punto de partida, y con dimensiones estándar propias del periodo (28 cm de alto x 21 cm de ancho), la publicación representa una alternativa más dentro del panorama de publicaciones especializadas del momento. Bajo una estética que a estas alturas podemos catalogar como clásica dentro del sector de este tipo de publicaciones (portada plastificada, tipografía al uso y monocolor, imagen de producto en portada -

generalmente una composición o bodegón y paisajes naturales o escenas escogidos por su vinculación al contenido-, de alrededor de 80 páginas más portada y contraportada, y de periodicidad mensual), *Gastronomía y Enología* salió a la venta al precio de 300 pesetas. El incremento de la publicación será progresivo y cada primer ejemplar de año nuevo subirá su precio de tal modo que en enero de 1986 salía a la venta al precio de 350 pesetas, y en enero de 1987 marcaba el precio de 375 pesetas; dinámica similar a las subidas que realizan el resto de publicaciones.

Sumario	
A la carta	3
Noticias	7
Entrevista: Antonio Puigvert	Alicia Gallotti 19
Dossier: Vinos '85	26
El milagro de la cosecha	José Peñín 28
La cosecha de 1985, un reto	Andrés de Orozco 32
Europa: Los vinos que van y vienen	Lluís Porcel 36
La tiranía de las añadas	James L. Fountain 40
Septiembre, mes con "R"	M. J. Montserrat 42
El aceite de oliva, a la busca de nuevas fronteras	Primo González Ortiz 46
Eva León: Mi receta	Alicia Gallotti 51
La noche joven de Barcelona	Jorge Morera 55
Grandes restaurantes: Akelarre	M. Sen y A. Parra 60
Turismo y gastronomía: Armagnac	Luis Vigil 66
La Mostra del Vi	Andrés Parra 72
Salón de fumadores: Latas viejas y bolsas nuevas	Miguel Sen 75
Libros	77
Balmoral	Román Galdón 79
Libro de reclamaciones	82

SURJANA DE AKELARRE      ARMAGNAC, UN VINO ARDIENTE      BARES JÓVENES, EL K.G.B.      LA RECETA DE EVA LEÓN

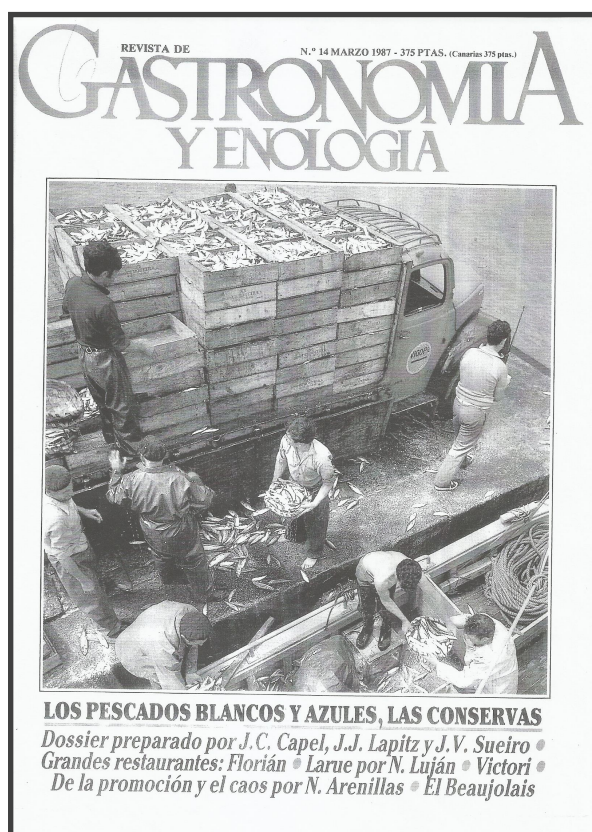
REVISTA DE GASTRONOMÍA Y ENOLOGÍA. Director: Luis Vigil. Redactor Jefe: Miguel Sen. Director Asistente: Francisco Crostá. Diseño de maquetación: Enric Güell. Secretario de Redacción: M.ª Rosa Oliva. Redactores y colaboradores: Miguel Agustí, Santiago Castro, Pedro Farré, James L. Fountain, Román Galdón, Alicia Gallotti, Primo González, M. J. Montserrat, Andrés de Orozco, José Peñín, Lluís Porcel, Marcelino Sobreviela. Fotógrafo de Vinos: José M.ª Berja. Fotos: Carlos Corbella, José M.ª Berja, Carlos Pérez, Miguel G. Pimentel, Toni Riera. REVISTA DE GASTRONOMÍA Y ENOLOGÍA, es una publicación de ESTUDIOS Y PROGRAMAS, S.A. Dirección general: Redacción y Servicios Compañía: Balneario, 29, 6.º, 2.ª, 10008 Barcelona. Tels. 321 54 63-321 55 02. Correo: 40460. Subscripciones: Sebastián Martínez. Director Comercial: Andrés R. Parra. EXCLUSIVAS DE PUBLICIDAD: Madrid: Intermide S.A., Nueve de Mayo, 121, 28009 Madrid. Tels. 4114387-4114381. Director de Publicidad en Barcelona: Alberto Casas. FOTOCOMPOSICIÓN Y FOTOMECÁNICA: Kromoscan, S.A., Avda. Fabregada, 22, 3.ª, L'Hospitalet del Llobregat. Barcelona. IMPRESIÓN Y ENCUADERNACIÓN: Confitec Benegas, Benegas s/n, Nave 6, S. Adrián del Besa (Barcelonés). DISTRIBUCIÓN: SEEL, Avda. Valdeparaíso, s/n, Polígono Industrial Alcorcón (Madrid). Depósito Legal: B-23252-85. Precio para Canarias: 380 pes. (correo aéreo). COTAS DE SUSCRIPCIÓN ANUAL: España y Andorra: 3.000 pes. Otros países por correo aéreo certificado: Portugal y Gibraltar: 4.200 pes. Europa: 6.000 pes. América: 7.000 pes. © Estudios y Programas, S.A., 1985. Printed in Spain. Queda prohibida la reproducción total o parcial de todos los textos, dibujos y fotografías contenidos en este número, que son propiedad exclusiva de Estudios y Programas, S.A., que se reserva todos los derechos de reproducción y publicación en todo el mundo. La revista se ve beneficiada económicamente con la opinión de sus colaboradores.

La dirección artística del proyecto fue obra de Francisco Crostá y el diseño de maquetación de Enric Güell. Ubicada su redacción en la calle Balmes número 89 de Barcelona, entre los colaboradores habituales se encontraron Miguel Agustí, Santiago Castro, Pedro Farré, James L. Fountain, Ramón Galdón, Alicia Gallotti, Primo González, M.J. Montserrat, Andrés de Orozco, José Peñín, Lluís Corcel y Marcelino Sobreviela. Todos ellos participaron en el lanzamiento de la revista y en sus números posteriores con alguna intermitencia y ausencia esporádicas. Entre los fotógrafos, cuyo papel fue más documental que artístico, cabe destacar las figuras de José M<sup>a</sup> Bergés, Ramón Corbella, Jordi Morera, Carlos Pérez, Miguel G. Pimentel y Toni Riera.

Luis Bettónica, José Carlos Capel, Gonzalo Sol, Eugenio Domingo, Nines Arenillas, Jorge Víctor Sueiro, José Peñín, Néstor Luján, serán igualmente firmas reconocidas que participarán, con mayor o menor asiduidad, en *Gastronomía y Enología*.

El equilibrio entre contenidos, su regularidad, será la nota característica durante el periodo de vigencia de la publicación. “A la carta” –editorial-; “Noticias” –actualidad-;

“Entrevista”, “Dossier” (sic.) –monográfico ligado a la actualidad sobre enología, gastronomía o producto-; “De copas” y “Mi receta” –ambas secciones condicionadas al dossier y estación o fiestas. La primera ofrece lo más destacado sobre locales nocturnos peculiares, especializados y/o de moda. La segunda versa sobre un personaje masculino o femenino de actualidad que cocina y ofrece su receta mientras el texto conduce al lector por sus logros y/o biografía-; “Grandes restaurantes”; “Turismo y Gastronomía”; “Salón de fumadores”; “Libros” y “Libro de reclamaciones” –breve espacio irónico de quejas varias en las que las quejas de los lectores también tienen cabida-, dan forma o constituyen el armazón del proyecto editorial realizado en Cataluña y con presencia en el resto del ámbito nacional.



Una de las portadas de la revista. La gastronomía y la labor de todos los que en ella participan será una de sus características. Número 14 de marzo de 1987.

Con cada entrega mensual esta publicación añade o complementa sus páginas con la inclusión de un pequeño recetario que, atendiendo a uno de los temas principales del mes –bien conectando con el dossier de investigación, bien con algún reportaje destacado-, redondea la revista al estilo de las tres publicaciones con mayor presencia en el mercado de revistas con las que guarda, en este su primer año, mayor relación pero también notables diferencias -las asentadas *Club de Gourmets*, *Sobremesa* y *Bouquet*-.



“Recetas de la *Gascuña*”<sup>451</sup>, “Recetas con Queso”<sup>452</sup>, “Las Fiestas y el cava”<sup>453</sup>, “Recetario exótico del café”<sup>454</sup>, “La cocina de Alsacia”<sup>455</sup>, “La cocina de la cerveza”, “La cocina del futuro: el microondas”<sup>456</sup>, “La cocina de Túnez”<sup>457</sup>, “Recetas del país del whisky”<sup>458</sup>, “La cocina de Bruselas”<sup>459</sup>, “Pescados”<sup>460</sup>, “Secretos de la cocina japonesa”<sup>461</sup>, “La buena pasta”<sup>462</sup>, etc., son algunos de estos pequeños recetarios.

Sin duda el proyecto editorial, planificado con la suficiente antelación, supo transferir al lector el empaque periodístico que reflejan sus páginas y que la convierten en una publicación relevante. La estructura, a pesar de atender a una temática explotada y seguir la línea del resto de la competencia, consigue una importante innovación en materia de investigación. Este aspecto se encuentra, con mayor o menor profundidad en los primeros textos -reportajes de fondo- que publican las revistas gastronómicas. Sin embargo, este dossier aborda cada tema aportando además de la contextualización histórica y de actualidad, y que no pierde de vista el estilo de redacción ameno e

---

<sup>451</sup> Revista de *Gastronomía y Enología*, número 1, octubre de 1985.

<sup>452</sup> Revista de *Gastronomía y Enología*, número 2, noviembre de 1985.

<sup>453</sup> Revista de *Gastronomía y Enología*, número 3, diciembre de 1985.

<sup>454</sup> Revista de *Gastronomía y Enología*, número 4, enero-febrero -probablemente, en algún momento de 1986 algunos de sus número tuvieron que comprender dos meses pero no se ha podido determinar con exactitud cuales, éste número podría ser uno de ellos- de 1986.

<sup>455</sup> Alsacia, su gastronomía y sus vinos consiguen impacto en todas las publicaciones. Es un tema recurrente durante los primeros diez años de vida de estas revistas, aproximadamente, contados a partir de la irrupción de la revista *Club de Gourmets*. Con los reportajes sobre agua y sus características ocurrirá algo similar. Tras ambos casos planea la estrategia de comunicación de marcas que, aprovechando las recomendaciones y tendencias gastronómicas tanto en lo que atañe a la salud, la alimentación y el turismo promocionan con fuerza sus productos. Las revistas recogerán el testigo atendiendo a sus propios intereses publicitarios y/o de conveniencia sobre la oportunidad de contenidos.

<sup>456</sup> Revista de *Gastronomía y Enología*, número 9, octubre de 1986.

<sup>457</sup> Revista de *Gastronomía y Enología*, número 10, noviembre de 1986.

<sup>458</sup> Revista de *Gastronomía y Enología*, número 11, diciembre de 1986.

<sup>459</sup> Revista de *Gastronomía y Enología*, número 13, febrero de 1987.


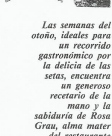


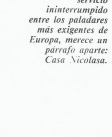
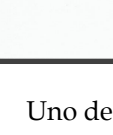



<sup>460</sup> Revista de *Gastronomía y Enología*, número 14, marzo de 1987.

<sup>461</sup> Revista de *Gastronomía y Enología*, número 15, abril de 1987.

<sup>462</sup> Revista de *Gastronomía y Enología*, número 18, julio-agosto de 1987.

informativo a un tiempo, incluye importantes datos sobre aspectos económicos tales como cotización, mercado, exportación, innovación tecnológica y distribución.

Durante los primeros tres años de vida de la revista se publican reportajes a fondo o dossieres sobre vinos, quesos –en su confrontación artesana versus industrialización-; Navidad –tradición y consumo-; el café –historia, mercado, derivados, café soluble, recetario-; la pasta –historia, recetas-; jamones y embutidos –calidad, variedad, procesos, recetas-; ginebras –españolas, inglesas, holandesas-; cocina y estío –ensaladas, gazpachos, refrescos, helados-; los vinos de La Rioja –incluye artículos de fondo de Manuel Llano Gorostiza, Santiago Coello y José Peñín-; cocina, bosque y otoño –caza, setas, trufas-; whisky –de malta, mezclas, americanos, español-; el Penedés –del tinto al blanco-; pescados –blancos, azules, conservas-; las legumbres –historia, nutrición, procedencia-; vinos de verano; etc.

SUMARIO	
	A LA CARTA 3
	ENTREVISTA: LUIS MAGAÑA
	por Gonzalo Sol
	Charla disendida, amable e ilustrativa con un hombre entregado en cuerpo y alma a la investigación de la viticultura. Un vivista, como gusta autodefinirse, cuyo mayor capital es una ilusión indeclinable por su buen hacer cotidiano
	7
	XXXII FIESTA DE LA VENDIMIA DE MONTILLA-MORILES
	Un pregón en el que X. Domingo hace gala de su conocida erudición sobre el tema del vino y al que aporta una amplia información histórica y poética sin olvidar el reconocimiento al hombre concreto en una tierra concreta frente a su lucha cotidiana
	17
	LA COCINA DE LAS SETAS
	por Andrés Tato
	El restaurante Florian y el otoño, unidos, son sinónimo de setas. Rosa Grau, buena conocedora de las laderas húmedas, nos instruye en el arte delicadísimo de la cocina de este exquisito bocado
	22
	GRANDES RESTAURANTES: CASA NICOLASA
	por Miguel Sen
	Un restaurante de extensa andadura: 75 años manteniendo una línea de cocina inatachable, visitado por las personalidades europeas más renombradas desde que fuera fundado por Nicolasa Pradera
	32
	DINAMARCA: EL MEJOR CUENTO DE ANDERSEN
	por Pablo Di Masso
	Un paseo turístico, gastronómico y sentimental por la tierra de Andersen, un territorio de cuento infantil administrado por adultos eficaces y emprendedores
	40
	BODEGAS DE ESPAÑA: SANTIAGO RUIZ, APOSTOL Y GRAN SEÑOR DEL VINO DEL ROSAL
	por Xavier Costa Clavel
	En las tierras del Rosal, enclavadas en la comarca del Bajo Miño, se extienden los viñedos que producen los más apreciados vinos blancos españoles
	50
	COCTELES DE PELÍCULA
	por Fede Falces
	Un travelin por esos tragos que lucieron los más famosos protagonistas del Séptimo Arte
	55
	INCÁVI: LOS FESTEJOS DEL SEPTIMO AÑO
	por Pablo Di Masso
	Breve repaso a la exitosa VII Mostra del Vino de Catalunya, realizada entre los días 19 y 27 de septiembre
	59
	MI RECETA: IVONNE SENTIS
	por Alicia Galloti - Fotos: Juan Masats
	La tradición francesa y catalana, sabiamente unidas a la larga vivencia mexicana de la actriz, producen un acierto culinario digno de las mejores veladas
	62
	NOTICIAS 73
	BIBLIOTECA 80
	LIBRO DE RECLAMACIONES 82

Uno de los sumarios de *Gastronomía y Enología* durante 1987 (número 20 del mes de diciembre).

Al igual que ocurre con *Club de Gourmets* los cambios en esta revista fueron lentos y, a pesar de que tan sólo en unos meses tras su lanzamiento, ya entrado el nuevo año 1986, irrumpe con fuerza la revolucionaria *Gran Reserva*, *La Revista de Gastronomía y Enología*, continúa durante los próximos veinticuatro meses apostando por un diseño que comienza a percibirse en el conjunto del mercado como agotado.

Con el número 18 de 1987 la revista introduce ciertos cambios: Miguel Sen, que continuaba publicando textos y reportajes, asume de nuevo un cargo de responsabilidad interna como es el de Director Técnico de la revista, y Pablo Di Masso pasa su labor de redactor

habitual a Redactor Jefe. El número 20 del mes de diciembre conlleva también algunos cambios, entre los que destaca el cambio de dirección: a partir de ahora la revista pasa a estar dirigida por Miguel Haro. También el cambio de diseño realizado por Ignacio Inurrategui.

A partir de este año y durante todo 1988 la publicación mantendrá estos cambios sin que haya podido establecer la fecha de su transformación –aspecto poco probable- o su desaparición a partir de este año, lo que parece más probable. Del periodo analizado de esta interesante publicación<sup>463</sup>, que desde su origen mantuvo rumbo editorial, cabe destacar el sentido práctico de sus contenidos que, bien en lo intelectual bien en lo utilitario, no perdieron nunca de vista el lado más seductor de cuantos productos y vinos se ocupaba. Lo que no viene a demostrar la unión más que evidente entre propuestas y estética.

En el momento en que se aproxima el final de la revista, año 1988, el punto fuerte y, por tanto, principal valor añadido con respecto al resto de publicaciones (el dossier o monográfico que en cada número constituía la apuesta mensual de la revista) desaparece. Pierde fuerza en cuanto a que se transforma este año en un único reportaje, amplio o profundo, si se quiere, que se diluye en un sumario que, por lo demás, no conlleva novedad alguna. Salvo lo que parece ser una nueva sección que en realidad responde más al concepto actual de la fórmula publibreportaje, sección que se anuncia como “Boutique de Gastronomía”, y la oportunidad turística condicionada por el calendario y centrada en el interior nacional, la estructura se mantiene igual. Hacia mediados de año, la revista anuncia en el staff la existencia de una redacción en Madrid cuyo director será Gonzalo Sol, quien firma religiosamente, mes a mes, una columna de opinión en la revista.

La cocina asiática, el atún, grandes vinos y bodegas (Señoría de los Llanos, bodegas Mauro, Freixenet, Juve&Camps, *txakoli*, riojas...), menús de todas las comunidades autónomas para celebrar las fiestas navideñas, productos típicos de la Navidad, atún, café, queso Idiazabal... son algunos de los temas principales durante este año.

---

<sup>463</sup> Años 1985, 1986, 1987 y 1988.

Las nuevas fórmulas de explotación en cuanto a restauración se refiere son captadas por la revista que es la primera en publicar un reportaje sobre una de las experiencias de moda en Francia: comer en los museos. La conceptualización de espacios despegada sin saber que el futuro de la alta restauración tendrá muy presente este aspecto entre las notas que compondrán su particular partitura de seducción.





### 3.2.8.6 *El Pipiripao. Mención a una excepción de formato y contenido*

A partir de 1987 se incorpora una nueva publicación de índole gastronómica que, en lugar del tradicional formato revista, irrumpe en el mercado de publicaciones catalán bajo la apariencia de periódico. Estará editada por el reconocido periodista Luis Bettónica (fallecido en 2007) y Máximo Fernández; ambos dirigirían el programa de radio de idéntico nombre en Radio Nacional de España en Cataluña desde el 30 de enero de 1981<sup>464</sup>. *El Pipiripao* fue un programa riguroso que se emitía todos los sábados por la mañana (en horario de doce a una), en el que se trataba la gastronomía y la cocina desde distintos enfoques en un tono catalogado de ágil<sup>465</sup> gracias al equipo formado por Ana Solé –subdirectora-, Francesc Ballester –efectos y música-, Plácido Navarro –responsable de la calidad de las ondas-, y, Ana María del Río –productora-.

La labor entusiasta y eficaz en “la divulgación del arte y los métodos culinarios, contribuyendo [...] a la difusión de esta vastísima parcela de la cultura española y catalana”<sup>466</sup> hicieron que el programa gozara de prestigio y un importante reconocimiento a nivel nacional, además de prácticamente toda la prensa y los medios que en estos momentos contaban también con espacios gastronómicos propios. Desde los grandes maestros de la cocina nacional e internacional, pasando por personalidades políticas o personajes de actualidad, todos fueron pasando por los micrófonos de *El Pipiripao*. Reportajes gastronómicos y culinarios, realizados tanto en Cataluña como en el resto de España y en el extranjero fueron también puntos fuertes del espacio gastronómico que dado el éxito del programa, a los cinco años de andadura, decide lanzar la peculiar publicación de idéntico nombre.

<sup>464</sup> Revista de *Gastronomía y Enología*, número 12 de 1987, p. 42.

<sup>465</sup> “El Pipiripao cumple cien programas”. Suplemento “Mesa Revuelta” de *Club de Gourmets*, número 92 diciembre de 1983, p. 43.

<sup>466</sup> Revista de *Gastronomía y Enología*, número 12 de 1987, p. 42.

### 3.2.8.6.1. Genio radiofónico impreso. Luis Bettónica y Máximo Fernández

Ubicados en la Calle Provença número 249 de Barcelona, las páginas impresas del periódico *El Pipiripao* nacen este formato que incluye noticias sobre gastronomía y restauración; sin embargo, la unión anunciada en primera plana, *Periódico al Servicio de la Restauración y la Hostelería*, junto con la periodicidad no diaria del mismo, dificultan definición y catalogación. El hecho de que la publicación fuese ideada por Luis Bettónica, experimentado periodista gastronómico protagonista de uno de los periodos más fructíferos del periodismo gastronómico español, además de representar una peculiaridad sobre la materia objeto de análisis en esta tesis, justifica su inclusión y mención específica en la misma.



*El Pipiripao* no fue una revista, tampoco un periódico en el sentido estricto de la palabra; tampoco su público destinatario fue general.

Editado en Barcelona tuvo apariencia de periódico pero no respondió a la actualidad propia del medio escrito por excelencia para desarrollar el periodismo. El periódico es un medio que se describe como la actividad diaria sobre la actualidad inmediata, por lo tanto, *El Pipiripao*, además de salir cada dos meses, de incluir noticias y notas sobre productos y locales -restaurantes y marcas sobre todo-, dio cuenta también de lo acaecido durante la

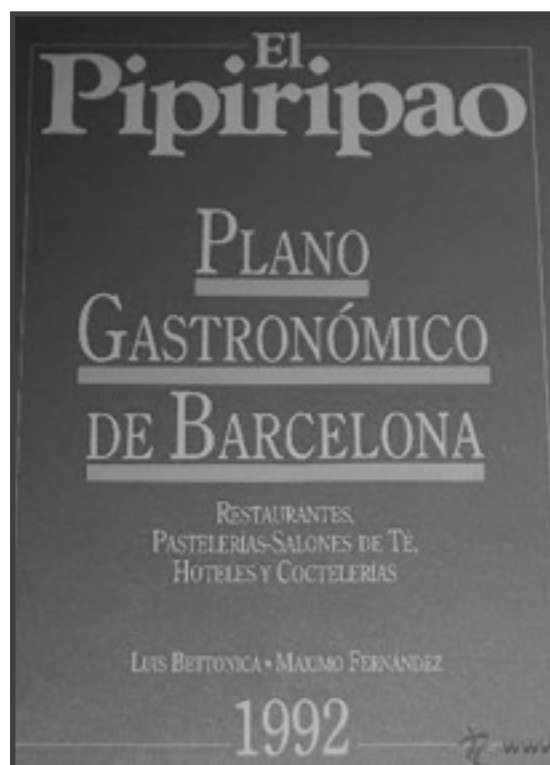
emisión del programa radiofónico, al menos en su primera etapa. En este sentido, los primeros números serán una especie de diario hablado o transcripción y ampliación en algunos casos, del material trabajado en antena. Este tipo de contenido cambiará con el tiempo, y, con la llegada del nuevo siglo, la publicación se transformará en *El Pípiripao. Host & Bread*.

El primer periódico gastronómico comienza su andadura en el año 1987. Según se desprende de la presente investigación, el número más antiguo se conserva en la Biblioteca de Cataluña. Se trata concretamente del número 3 editado en 1988.

*El Pípiripao*, periódico subtítulo *Periódico al Servicio de la Restauración y la Hostelería*, nació con el formato habitual de la prensa pero variaba en cuanto a periodicidad ya que salía a la venta cada dos meses, por tanto era una publicación de carácter bimensual.

Sus dimensiones originales se corresponden con el formato tabloide –algo un poco mayor en realidad-. Estas dimensiones fueron de 42,5 cm x 29 cm, pero a lo largo de su trayectoria editorial experimentará varios cambios, entre ellos, la incorporación de grapas, el cambio de textura y calidad del papel, además del cambio de formato en, al menos, dos ocasiones. En 2010 pasa a medir 38,5 cm x 27,5 cm en el número 136 publicado para los meses de mayo-junio, lo que le asemeja un poco a la revista, aunque continúa respondiendo a las características de los periódicos; y ese mismo año, en el paso que va desde ese número 136 al 137 correspondiente a los meses de Julio-Agosto *El Pípiripao* regresa prácticamente a sus dimensiones originales de tabloide.

Un año después, en 2011, el periódico vuelve a reducir sus dimensiones y



se subtitula *Host & Bread*, lo que no sorprende dada su dedicación y atención a todas las informaciones y novedades relacionadas con el pan.

Los artífices del programa radiofónico y del periódico lanzarán también una serie de guías con los mejores establecimientos de Barcelona.

Han sido variadas las firmas que a lo largo del tiempo han formado parte de la redacción de este periódico-gastronómico. Así, en la década de los noventa, firmaban artículos Juan Carlos Alonsos, Enrique Badosa, Jaime Beltrán, José Carlos Capel, Paz Ivison, Luis Marcet –periodista y escritor, autor de *Hamburguesas, ¡no, gracias!-*, Rodrigo Mestre –autor de libros y guías gastronómicas, una de las más famosas en su época fue la de quesos de España-, Haisha Ortoll, Juan-Ignacio Ortuño, Andreu Parra, José Peñín Juan Poch Soler o Carmen de Posadas y Paloma Soler, entre muchos otros.

El periódico esconde, a partir del año 2000 entre sus recomendaciones y noticias comerciales, textos de Mario Hernández Bueno, o de Pepe Barrena que con atrevimiento y simpatía puso al mismísimo Hitchcock boquita de piñón en su columna *Cinegourland* que más tarde servirá para dar nombre también a su famoso festival.

También escribirán Natalia Bettónica, activa todavía hoy, el experto en vinos José Ramón M. Peiró, y representantes de la gastronomía española a nivel institucional como el Presidente de la Real Academia de Gastronomía, Rafael Ansón Oliart.

“Gusto vino”, “Tahona”, “Con las manos en la masa”, “En primer plano”, “Escaparate” o “Han dicho”, serán algunas de sus secciones. Los contenidos son tan variados como los entrevistados que coinciden en el sector profesional al que se dedican. A día de hoy cuenta con una versión digital que se llama Pipi News a la que se accede a través de la URL [www.elpipiripao.com](http://www.elpipiripao.com). Subtitulado en esta ocasión *Revista de actualidad gastronómica al servicio de la restauración* puede ser leído a través de la plataforma [issuu.com](http://issuu.com).

### 3.2.8.7 El impulso gastrointelectual de *Gran Reserva*<sup>467</sup>

Quien conozca esta publicación sabe que en el juego de palabras que titula este apartado se sintetizan las que fueron sus principales características. El primer número de esta golosa revista con apariencia de periódico se publicaba en el mes de noviembre de 1986. De entre 22 y 33 páginas de media en sus números sencillos<sup>468</sup> y con formato tabloide (42 cm x 28 cm) es una de las publicaciones más bellas y cultas de cuantas conforman la presente investigación. La originalidad de diseño y la fresca estética que proporciona la visión del conjunto de los ejemplares revisados, representa, dentro del panorama de revistas gastronómicas y/o enológicas del mismo periodo, la anticipación, el cambio o la innovación editorial. La calidad y altura de sus contenidos la convierten en una joya gastroperiodística, de marcado carácter cultural, cuyos principales ingresos y razón de ser serían, de nuevo, la fundación de un club de vino. En este caso, el Club del Vino y la Mesa, cuya gestión desarrolló SERVIVISA, empresa de la que formaron parte una veintena de personas relacionadas con el periodismo, el arte y la comunicación, además de un nutrido grupo de propietarios de destacados restaurantes. El origen del club arrancaría en 1985<sup>469</sup>; en 1986 la revista será un eje más de la empresa con la que promocionar y divulgar cultura enológica principalmente, pero también la afición gastronómica.

Si el mundo se mueve por impulsos no cabe duda de que *Gran Reserva* supo moverse con él pues añadió personalidad propia al mercado de revistas especializadas, con una publicación de vanguardia que veneró la buena vida, sobre todo a través del vino su objetivo principal. Su directora, María Pilar Molestina, entrevistada con motivo de esta investigación, define así aquellas páginas: “Fue una revista absolutamente rompedora y original; una apuesta por la estética con fondo. Tenía un enfoque culto y

---

<sup>467</sup> *Gran Reserva. Revista del buen vivir* se editó desde 1986 hasta 1993. La descripción de la publicación aquí realizada proviene, como en todos los casos que componen la investigación, de los ejemplares conservados en la Biblioteca Nacional de España, pero cuenta además con la aportación de la que fuera directora de la publicación, María Pilar Molestina.

<sup>468</sup> La revista incrementó el número de páginas en su etapa final.

<sup>469</sup> Entrevista -vía mail- con María Pilar Molestina, directora de la publicación (17-09-2015).

<sup>470</sup> Ibid.

artístico que se permitía todas las licencias editoriales que hoy serían imposibles”<sup>470</sup>. No le va a faltar ni un ápice de razón como comprobaremos a continuación.

La revista, muy adelantada para su tiempo, supo equilibrar con sapiencia un contenido que a día de hoy permanece vigente salvo algunas excepciones, que son, además, mínimas o anecdóticas; rebosa curiosidad, reflexión, investigación, buen hacer periodístico y también arte y diseño en cada ejemplar.

Con un anticipado plan de marketing y la búsqueda o captación de socios a través del club, la revista “sale con la entrega de la primera selección de vino y con la intención de ser el material del mailing para captar más socios”<sup>471</sup>. *Gran Reserva* no sólo mostraba los mejores vinos, sino que los explicaba y apoyaba facilitando su comprensión, e invitaba con cada número a pensar por encima del plato. Sus propuestas fueron un acercamiento a la viña y la tierra de la mano del arte y la cultura.

La curiosidad constante por todo aquello relacionado con el vino y por extensión por la gastronomía, pero sobre todo, el enfoque de los temas en los que profundizaba para poder reflexionar desde puntos de vista sociológicos, históricos, empresariales, filosóficos, antropológicos... siempre llenos de apreciaciones de base sólida, demostraron que tras las letras impresas hubo un gran trabajo de investigación e inteligencia, lo que sin duda fueron los principales puntos fuertes y diferenciales de la publicación. También lo será la casi inexistente (y sorprendente) inclusión publicitaria. En este sentido la peculiaridad de la revista también fue única: “Tuvo más presencia publicitaria en los últimos números, pero realmente fuimos malos comerciales. Las agencias y anunciantes no consideraban publicitariamente a la revista. Como para todo hay excepciones, también debo decir que hubo anunciantes muy importantes que hicieron creatividades especiales para *Gran Reserva*; ‘a tono’ con la estética de la publicación porque estaban enamorados de ésta. Realmente, no queríamos ser ‘distintos’ publicitariamente, ni por supuesto negarnos a admitir publicidad, sencillamente no supimos hacerlo mejor y dado que la revista se pagaba con suscripciones y las ventas de vinos, no sufrimos la presión de la publicidad y hubo una falta de profesionalidad en este

---

<sup>471</sup> Ibid.



tema”<sup>472</sup>. En cualquier caso, “la filosofía de la revista no era anti-publicidad, pero está claro que en materia de comercialización publicitaria no supimos hacerlo bien”<sup>473</sup>.

Concebida como órgano o vehículo de comunicación entre club y socios, comenzó con una tirada de entre 10.000 y 12.000 ejemplares, y contó con la dirección de Ignacio Medina desde el primer ejemplar hasta el número 33. Su primer editor fue José Luis Zaldúa; lo sería durante los tres primeros números hasta que fuera reemplazado por María Pilar Molestina en el número 4. En marzo de 1990, a partir del número 34, Molestina pasa a dirigir la publicación hasta que se produce su extinción con el número 70 publicado en 1993<sup>474</sup>.

Dentro del primerísimo Consejo de Dirección se encontraban, además del propio Zaldúa, Ramón Ramírez y Carmen Guasp (Directora o alma máter del Restaurante El Amparo).

Esta singular publicación con aspecto de periódico se editaba con el subtítulo *Revista del Buen Vivir*. En la misma escribirían a lo largo de su vida tan grandes y familiares expertos en vino y/o periodistas como Néstor Luján, Manuel Llano Gorostiza, Luis Bettónica, Federico Vázquez, o Xavier Domingo, Rafael García Santos, José Carlos Capel, Carmen Casas y José Peñín o Javier Rueda, entre muchos otros que se citarán más adelante por su relevancia, y que fueron invitados por la revista a participar en determinados números especiales que requerían del análisis y la reflexión de auténticos expertos. Como resulta obvio, al tratarse de una publicación de marcado carácter enológico, la adhesión de bodegueros, la inclusión de su firma en alguno de los textos será habitual; sin embargo, no se aprecian en los mismos inclinación o publicidad encubierta, más bien responden a la explicación y conocimiento de una determinada zona geográfica y/o variedad concreta lo que justificará su inclusión.

Diseño, filosofía, formato, profundidad, erudición y originalidad temática, la pasión del vino como bebida culta en comunión con el arte... Textos para maridar con

---

<sup>472</sup> Ibid.

<sup>473</sup> Ibid.

<sup>474</sup> Ibid.

mil y un vinos definen una publicación que ofrece en cada número un *coupage* cultural digno de coleccionistas.

### 3.2.8.7.1 El vino entre artistas, bodegas y cocina(s)

*Gran Reserva* fue una publicación principalmente enológica y de periodicidad mensual<sup>475</sup> donde la mesa y los grandes fogones, con su exquisito recetario, encontraban sin embargo acomodo y notoriedad además de configurar punto de encuentro para la reflexión gastronómica de conjunto.



Portada del primer número de *Gran Reserva* (1986).

La revista se publica por primera vez en el mes de noviembre de 1986. Su vocación sería la de captar socios para el club de vino al que pertenece a través de la divulgación la cultura del vino, todo su extenso y rico mundo cuyo conocimiento era necesario transmitir a una ciudadanía interesada en el tema, pero que en conjunto se mostraba inexperta o insegura. Además de seducir al lector para avenirse al club, propagó el consumo culto del vino (cada mes la publicación ofrecía al lector la posibilidad de adquirir botellas a precios competitivos).

Dada la importancia que el hecho gastronómico y la floreciente y mejorada viticultura que se está produciendo en nuestro país en estos momentos de la historia gastronómica de España, tras años de estancamiento y despreocupación, el país dispone de vinos de muy buena calidad que quieren darse a conocer, que demuestran la preocupación de bodegueros

<sup>475</sup> Salvo el mes de agosto la revista saldrá puntualmente todos los meses a la venta.

por el desarrollo del sector vinícola, por las producciones de calidad y la necesaria toma de conciencia sobre la necesidad de perfeccionamiento o innovación en un territorio nacional que venía observando desde abajo y desde hacía mucho tiempo el trabajo de otros países.

La aparición de *Gran Reserva* junto a *Bouquet* y algunas otras publicaciones menores cuyo análisis no se realiza pero quedan, no obstante, contabilizadas en esta investigación, son el punto de partida del gran trabajo de comunicación alcanzado hoy y que realizan periodistas y bodegas a través de sus responsables de comunicación. Estas publicaciones de finales de los ochenta y principios de los noventa están volcadas con la enología y comienzan a desarrollar, a dar las pistas, del boom que ahora se registra dentro y fuera de nuestras fronteras en torno al vino y su oferta cultural y turística (enoturismo, enofestivales, etc.). Gracias a que realizaron la primera difusión intelectual sobre el vino, el mismo ha ido subiendo posiciones y anexionando valores tan relevantes como la historia o el patrimonio cultural de los respectivos territorios que le dan vida. Pero además estas publicaciones vienen a rellenar, con gran acierto, la demanda de un público selecto que, por afición o implicación directa en el sector, comienza a necesitar información específica y especializada.

Tal y como destaca su directora, nació en un “momento de efervescencia cultural en la sociedad”<sup>476</sup> a la que la revista no fue ajena. *Gran Reserva* no fue una publicación más, una publicación similar a las que estaban caminando ya con paso firme como *Club de Gourmets* o *Sobremesa*, por ejemplo. Ni siquiera se parecerá a *Bouquet*, con la que comparte firmas y materia prima principal. *Gran Reserva. Revista del buen vivir* quiso ser una alternativa (“ícono estético y periodístico” en palabras de María Pilar Molestina, palabras que corroboro tras el estudio de la publicación) alejada de la evidencia mercantil comercial a los que tan acostumbrados estaba el público. Libre de culpas y pecados, con marcado estilo personal tanto de redacción como de diseño, fue una revista que colocó la cultura del vino en el lugar que le correspondía como bebida culta y sosegada. Fue una revista para disfrutar cada copa propuesta, a la que verdaderamente costaba renunciar, para gozar de la vida y los alimentos que se sufragó principalmente

---

<sup>476</sup> Entrevista -vía mail- con María Pilar Molestina, directora de la publicación (17-09-2015).

con los ingresos que proporcionaba la actividad comercial del club. También fue una revista donde el arte se mantuvo como fiel compañero de viaje, como vehículo inspirador. Javier Vírseda; Martín Begué; Marga Suárez Carreño; Alejandro Cuerda; Eduardo Úrculo; María Luisa Sanz; Soledad Sevilla; Rafael Bartlozzi; Miguel Zelada; Andrés de Nagel; Duna Dietzsche; José Vento; Alfonso Albacete; Marcelo Sáez Guadaño; Pablo Sycet; Javier de Juan; José Carretero; Washington Barcala; Rafael Cidoncha; Ramón Abril; el propio Manu Vento, el creativo de la revista, el responsable del diseño y la maquetación de la revista... Son tan sólo algunos de los artistas cuya obra aparecerá en cada una de las portadas mensuales de *Gran Reserva*.

El cuidado interior (diseño e ilustraciones, selección contenidos) junto con su peculiar gran formato dan lugar así a una publicación de alta gama, elaborada con papel reciclado (hito periodístico<sup>477</sup>), destinada a un perfil muy concreto de gastrónomo; un público de lectura y aprendizaje sosegado, que dispone o reserva tiempo para lo que constituye algo más que ocio y con inquietudes intelectuales (gastroculturales).

Así se presentaba *Gran Reserva* en el editorial de su primer número:

“Es nuestra filosofía la que configura una vida preferible. Y en esta visión personal de una parte de nuestras vidas hemos encontrado pequeñas y grandes cosas que defender y practicar. Entre ellas, que comer y beber no sólo no es pecado sino que además pueden ser sanos; o esa visión del viaje personalizada y subjetivada hasta el punto de que es la propia voluntad del viajero la que convierte en lúdico el trayecto más cutre por los pisos bajos de Nueva York. Son unas pocas páginas que ofrecer, sobre todo y por encima de todo, a aquellos seres capaces de disfrutar con las pequeñas obras de arte que se nos ofrecen sobre un plato o con el efímero pero inmortal aroma de un buen vino. A ellos y a todos los quieran acercarse, bienvenidos”.<sup>478</sup>

*Gran Reserva* contará con muy pocos anuncios, sobre todo durante sus dos primeros años, se puede suscribir que en general no fue una revista donde hubiese publicidad significativa; las imágenes internas proceden durante los primeros números del mundo artístico: pinturas e ilustraciones. Las menciones de marcas aparecen al

<sup>477</sup> La directora de la publicación, María Pilar Molestina, a través de la entrevista-cuestionario enviada vía mail el 17-09-2015, desglosa algunas de las características físicas de la publicación, entre ellas, las del papel empleado para la publicación e indica que era la primera vez que se utilizaba papel reciclado en una publicación periódica.

<sup>478</sup> *Gran Reserva. Revista del buen vivir*, Nº 1, noviembre, 1986. P. 2.

hablar de la bodega y el vino, materia a la que se debe por entero: cada botella, un mundo, de ahí la necesaria inclusión del mayor número de datos siempre bajo el enfoque divulgador. También aparecerá, junto a cada receta, la dirección del establecimiento que lo elabora al que acompaña el vino idóneo para maridar la propuesta.

La imponente portada hacía adivinar el cuidado y selecto producto gastroperiodístico que el lector tenía ante los ojos. El primer número irrumpía en el mercado con la imagen de la obra de Juan Muro, *Hongo milagroso*. El pintor bonaerense consiguió plasmar en aguafuerte las mejores cualidades de los hongos comestibles al tiempo que abría la posibilidad al lector de adquirir una de las ciento veinte mil serigrafías de la imagen de portada, realizadas para la ocasión, al precio de 8.000 pesetas. La publicación, dependiente del *Club del Vino y La Mesa*, aplicaba descuento a sus socios, dejando cada lámina del artista entre 6.000 y 6.700 pesetas, cifra que oscilaba según el tipo de asociación (socios del club y socios del club con servicio personalizado). La historia de estos hongos la explicaba en páginas interiores Eugenio Domingo en un texto formidable.

La vinculación de la revista con el arte es manifiesta desde el primer número, y justificada a través de la frase que acompañaba la explicación de la obra (tanto en la portada como en la contraportada donde aparecía la biografía del artista): “Porque la gastronomía es cultura tenemos espacio para el arte”. Y muchos de los platos que acompañaran sus vinos tendrán precisamente aspecto de obras de arte. Y también a través del tratamiento fotográfico cuya calidad y originalidad es innegable.

El editorial firmado y la sección titulada “Uno a uno” (más tarde sólo “Al día”) abrían la publicación, seguidas de las páginas dedicadas al producto o motivo titulado de portada; en este caso al hablar del primero de todos sus ejemplares, el producto serán las setas.

A estas páginas le seguían varias recetas agrupadas en “Una copa en la mesa”; en este número concreto, versan sobre hongos como ingrediente principal, recetas que incluían la referencia enológica recomendada y sus características junto al nombre y dirección del restaurante.



Entre las recetas, cuya reproducción fotográfica y presentación estética es verdaderamente innovadora (la captura de la imagen a partir de planos cenitales ya se venía practicando y publicando en revistas gastronómicas anteriores, no así el cuidado, calidad, preocupación y originalidad a la hora de configurar la escena<sup>479</sup>, es decir, cuidado o con especial atención a la estética), se incluían unas una páginas dobles exclusivas para los socios del *Club del Vino y la Mesa* sobre vinos en los que profundiza más allá de la referencia y cuya adquisición es posible y ventajosa gracias al club. Variedad, cultivo, historia, terrenos y características además de bodegas de obligada mención son sus principales características textuales.

Tras este contenido especial, continuarían varios artículos más en torno al vino con un enfoque más general; la sección final “Buen Vivir” estaba compuesta de las siguientes subsecciones: “Salud” (espacio diametralmente opuesto al consejo de doctor – y esta es otra importante innovación-) está a cargo de Andrés Malby, autor que no sólo informa de las virtudes o defectos de la alimentación, sino que introduce cada tema desde perspectivas sorprendentes, aportando historia, léxico y acervo cultural; “Motor” (Iñaki Oyarbide), “De Viaje” y “Libros” de variada autoría.

Su precio de salida fue de 300 pesetas, importe que ascendería a 500 pesetas en el inmediato número posterior por tratarse de un número doble; una única entrega o ejemplar que abarcaría los meses de diciembre de 1986 y enero de 1987 (números 2 y 3 de la publicación unidos).

En esta ocasión la obra artística de portada recae en las manos de Antonio Suárez. Este número está dedicado al lujo, tema que aborda a partir de la literatura y la historia, del consumo de productos exclusivos a lo largo de distintos periodos de la civilización. Las páginas de la sección “Uno a uno”, dedicada a la actualidad del club y el vino, doblan su número y por tanto aportan más contenido sobre restaurantes y recetas de temporada. En él aparecen firmas como la de Lluís Racionero, Eugenio Domingo, Lola

---

<sup>479</sup> El uso del plano cenital se puede observar en, al menos, dos revistas aparecidas con anterioridad a *Gran Reserva*. Estos son *Club de Gourmets* y *Sobremesa*, en esta última, por señalar un ejemplo, aparecen ya platos y recetas fotografiados desde arriba (como ocurre en el número 13 del mes de marzo de 1985 cuando *Sobremesa* publica un especial sobre trufas y ofrece una serie de recetas con este fastuoso ingrediente, pp. 26- 30).

Gavarrón, Ignacio Medina, José Carlos Capel, Nines Arenillas (esposa de Víctor de la Serna), Víctor Rodríguez, Iñaki Oyarbide, Joaquín Merino y Javier de Cambra.

El segundo número de *Gran Reserva* mantiene las mismas secciones e incluye las páginas exclusivas dedicadas a licores. Y continúa con las secciones anteriores y suma a la sección “Buen Vivir”, una página de aparición irregular dedicada al fumador (“Fumar”).

El número 4 de febrero de 1987, está dedicado a los varietales y los vinos con especialidad. La portada, como viene siendo habitual, es una obra pictórica del madrileño Carlos Ruiz-Castillo. Este número incorpora la firma de Carmen Casas –que reaparecerá con frecuencia- y Víctor de la Serna –mucho más esporádico, no así su mujer-. El experto comunicador de vinos, José Peñín, será a partir de ahora también una firma habitual.

Lo que supondrá una novedad con respecto a los números anteriores es que la edición pasa a manos de María Pilar Molestina; la dirección continúa a cargo de Ignacio Medina; y el que fuera editor hasta ahora, José Luis Zaldúa, se dedicará por entero al Consejo de Dirección. Este mismo número 4 incluye también unas páginas nuevas, especie de consultorio que la publicación titula “Cartas al Director”.

Durante sus próximos números *Gran Reserva* abordará, además de los territorios nacionales y sus vinos, reflexiones tan interesantes como la cocina del frío, los pescados y mariscos, la cocina del toro, la reivindicación del ciclo natural de producto y cocina, el cava, etc. Ofrecerá las recetas de los grandes restaurantes, opinión y reflexión en cada uno de sus textos firmados por los colaboradores habituales, y lanzará el anuncio de un “banco del vino”, un servicio del club para que sus socios puedan invertir en vino. El club garantizará la conservación óptima de cada botella. Esta práctica que venía siendo habitual en Francia se va introduciendo en nuestro país y con la misma se pretende solucionar los problemas de almacenamiento del vino en casa, donde, a falta de armarios o vinotecas refrigeradas, corría el riesgo de echarse a perder.

Cada comienzo de año, la revista ofrecerá, a través del club, una selección abierta de los mejores vinos que se pueden adquirir en el mercado. El restaurante *El*



*Amparo*, desde el comienzo vinculado al club y la publicación a través de la figura de Carmen Guasp, desarrolló también un menú degustación y maridaje específico con algunos de los vinos ofrecidos u ofertados por el club (*“La cocina de Amparo y los vinos del Club de Vinos y la Mesa”*).

La revista también organizará a partir de septiembre de 1987 cursos de cata con los que conseguiría suscitar interés y divulgar la cultura del vino, explicar las características de su mundo y la complejidad extrema de entonces en su lenguaje así como anexionar simpatizantes, captar y fidelizar socios; una actividad que aspiraba, como no puede ser de otro modo, a formar a cada alumno para que alcanzase el objetivo de apreciar cada vino en lo que vale.

Resulta habitual encontrar en cada texto numerosas referencias y datos bibliográficos que aportan una extraordinaria riqueza a una publicación que, en su conjunto, está dedicada a la enología nacional, principalmente.

A partir del número 7 la revista-periódico incluirá mayor presencia fotográfica a color más allá de la receta; éstas imágenes representan el esplendor de la *Nouvelle Cuisine*, en muchos casos; en otros, el anuncio de lo que será la cocina de vanguardia (lo que no contrarresta el lado artístico-pictórico que desde la portada al interior hace de esta publicación algo único).

El equipo de ilustradores y diseñadores que componen *Gran Reserva* está formado por Mercedes Vendrell, Liliana Kancepolski, Gonzalo Bianchi, Miguel de Unamuno y Manu Vento<sup>480</sup>.

A lo largo de su primer año de vida va madurando y alcanza una tirada de 22.000 ejemplares por mes; la oferta gastrocultural en torno al vino y la cocina nacionales junto a sus protagonistas forman parte ya de una realidad, concreta y tangible, de la vida española; aspecto compartido o detectable por otra parte (aunque con distinto enfoque) en el resto de publicaciones con las que protagoniza década. Su apuesta sin duda será de las más atractivas, sobre todo para aquellos lectores que

---

<sup>480</sup> Son los nombres que, con motivo de la exposición de la revista llevada a cabo en el mes de julio de 1988 en Marbella, aparecen en la sección “Uno a uno” del número 20 de *Gran Reserva*.

esperan algo más que la entrevista o la explicación de un plato o producto. Si bien es cierto que la historia y las notas culturales aparecen por todas estas publicaciones, no todas le prestan la misma atención o le proporcionan el toque de altura que el enfoque se merece.

Los interrogantes que plantean, la reflexión, la investigación de fondo de cada uno de sus artículos, sus firmas, la estética e importancia de la vinculación del placer gastronómico con lo mejor de la vida, con las obras artísticas como vehículo o vía de expresión, crecen a un ritmo vertiginoso. El número 10 (septiembre de 1987) será un número dedicado por entero al Mediterráneo; su mar, sus gentes, sus costumbres, su

dieta, sus cocinas. El mismo es un buen ejemplo de todo lo anterior. Desde el editorial que da cuenta del fin del verano hasta las preguntas que afloran en los textos: reportajes sobre la influencia o el sabor del mar, del aire o la brisa cálida que baña las tierras mediterráneas, su intimidad, la singularidad cultural, el legado mediterráneo, la inmediatez de la playa capturada en un plato...

Nines Arenillas escribe sobre el aceite (*De oliva y virgen*); José Carlos Capel ofrece las muchas formas que adquiere el pan (*En forma de pan*<sup>481</sup>); Antonio Porta recorre junto al filósofo Parménides el origen del *mediterranean way* (*Dieta y cocina*); Carmen Casas explica que comerse el mediterráneo es comer recuerdos (*¿Mediterráneo?*); Miquel Bosch relata entre barros y cazuelas la forma de cocinar



Texto interior *Gran Reserva*, N° 2, diciembre-enero de 1987.

(*Un puñado de barro*); Andrés Malby instruye sobre animales y alimentos venenosos, la influencia del color y sus impulsos; vinos del mediterráneo, cepas en el mar y la páginas extra para el socio del club, cierran un número ejemplar.

<sup>481</sup> En 1991 publicará un libro sobre el mismo producto titulado *El Pan*, en el mismo explica los aspectos culturales y la historia del alimento de este básico alimento además de ofrecer un recorrido por la cultura mediterránea e incluir un glosario con los panes de España.

La revista rebosa cultura y aroma a vino. Podría decirse también que no esconde cierto alarde de elitismo, pero el mismo es elegante, como un reto o llamada de atención sobre un mundo que podría estar al alcance de la mano y sobre el que lo primero que hay que hacer es aprender. Así, concibe el lujo y el disfrute gastronómico como el ejercicio o la práctica de una opción personal, como la búsqueda, encuentro o reconocimiento de pequeños hechos y actos de la vida cotidiana con los que celebrar la vida, a la que acompaña siempre una copa de vino (de más o menos precio). Sobre vinos, habrá muchos, toda España encontrará representación y los habrá para todos los bolsillos, si bien es cierto y en parte natural, que sean los más golosos los que acaparen la atención del lector independientemente de sus posibilidades de adquisición.

*Gran Reserva* continúa su estilo de redacción y contenidos durante la década de 1988, año en el que la revista y el club entran a formar parte del accionariado de la División de Capital Riesgo del Banco Bilbao (todavía no era ni BBV ni BBVA). Esta división está dedicada a dar valor a las empresas donde intervenía, para, al cabo de unos años vender y recuperar la inversión con una plusvalía, que es lo que finalmente ocurrió con la empresa SERVIVISA<sup>482</sup>, cuyo principal activo, “los socios o cartera de clientes”, “su espina dorsal” fue vendida en 1994<sup>483</sup> precipitando el final de la publicación.

Durante este año 1988, *Gran Reserva* continúa fiel a su escasa inclusión específica publicitaria, anuncia todas las novedades del *Club del Vino y la Mesa* y aborda temas por entonces novedosos desde el punto de vista de la nueva gastronomía (como por ejemplo *La Iglesia en la cocina*), y temas que se encuentran bullendo (denominaciones de origen, imagen y diseño en la industria agroalimentaria y en la restauración, el despegue del cava, etc.). Ese año, la revista aumenta en 50 pesetas el precio de cada ejemplar, y durante el mes de julio realiza en Marbella, en la Galería de Arte Manuela Vilches, la *Exposición Colectiva Gran Reserva*, nombre bajo el que se agrupan las obras de los artistas que han ilustrado cada una de las portadas de la revista hasta la fecha (19 en total).

---

<sup>482</sup> Entrevista -vía mail- con María Pilar Molestina, directora de la publicación (17-09-2015).

<sup>483</sup> Ibid.

La privilegiada visión que aparece ante el observador de hoy, me lleva a confirmar el carácter avanzado e innovador de este proyecto editorial. Cumplidos dos años, en 1988, se puede confirmar como el boom del envoltorio que está por venir es detectado por la publicación que analiza el mercado gastronómico desde la psicología, la sociología, el marketing y el diseño, entrelazando influencias o relaciones. La renovación exterior –la imagen– de los vinos de La Rioja, con testimoniales éxitos históricos como su inclusión en las Exposiciones Universales de París (Murrieta, Riscal y Cune); los vinos de las islas, de nuevo el cava y el champagne, y los reportajes a fondo sobre productos que arrancan con su historia son las principales características de este año 1988, año que se cierra de nuevo con un número doble que aglutina el final y el principio del próximo año e incluye una sorprendente predicción astral para el año que comienza<sup>484</sup>. Su precio será el habitual para estos casos: 500 pesetas.

La cocina de diseño, la tecnología en la cocina, la confrontación de la cocina doméstica e industrial, y, la inventiva o creatividad culinaria (podemos hablar ya de la inquietud y los destellos de la cocina de vanguardia), serán temas recurrentes. La ruptura con la cocina anterior aparece clara: la modernidad culinaria, sobre todo de las tradicionales zonas culinarias del norte y noroeste de España, es evidente. Platos de gran elaboración y dominio técnico, de precisión cartesiana, aparecen reproducidos entre estas páginas.

La publicación sigue fiel a su filosofía de dar a conocer el mundo del vino al que sólo hay que asomarse y recrearse en las sensaciones que produce para comprenderlo. La captación de socios para el club sigue siendo el motor de la publicación, cuya publicidad continúa siendo prácticamente nula, salvo las referencias de vinos ofrecidos y/o protagonistas de artículos y reportajes, y algunos anuncios de vinos cuya mancha es completa (a toda página).

Vuelven a repetirse los cursos de cata, se mantienen las secciones anteriores (incluidas las de aparición irregular como “Fumar”) durante toda la década, y aparece, también dentro de “Buen Vivir”, un nuevo tema que bajo el subtítulo de “Cine”, temática que aborda; será un tema igualmente de aparición irregular (no son necesariamente

---

<sup>484</sup> Revista *Gran Reserva*. Revista del buen vivir, número 21. Diciembre 1988 – Enero 1989, p. 42.

textos que relacionan celuloide y gastronomía como hace, por ejemplo, el crítico Pepe Barrena).

Durante el año 1989 la publicación incrementa en 25 pesetas su precio. Cada ejemplar costará 375 pesetas (IVA incluido). Este año la presencia publicitaria es mayor, y variada, aunque sigue siendo el ámbito del vino el protagonista. La esporádica sección incluida en las páginas “Buen Vivir”, “Fumar”, pasará a llamarse “Tabaco”; y aparece también la música que junto a cine y libros alternan presencia.

Este es el año en el que la revista anuncia la inauguración de las cavas Codornú en Napa Valley (California). Los responsables de la publicación junto al Director Técnico de la revista, Javier Rueda, continúan fieles a la transmisión subjetiva de un vino: un paisaje, una etiqueta. El lujo y su ilusión vuelven a hacer acto de presencia. Y este 1989 cierra con un número sencillo –el número 33 correspondiente al mes de diciembre- en el que ya se puede ver la llegada del movimiento *Slow Food* a nuestro país<sup>485</sup>.

Durante estos años otros periodistas, autores de textos específicos o expertos gastronómicos colaborarán con la publicación (Gonzalo Sol -colaborador habitual en otros medios gastronómicos, de radio y autor de guías de restauración-; Guillermina Botaya; Antonio D. Olano -gran enciclopedia taurina-; Arantxa Martín; Javier Rueda; Javier Urroz; Paloma Valverde; Cristiana Cella; Ana Lorente; Cristina Cella Federico Vázquez; Evaristo Bebe; Mario Hernández Bueno; Pablo Amate; Concha Palacios; Enrique Bellver; Guillermo Campos; María Albarracín; Luis Pancorbo; Lorenzo Millo; María Jesús Gil de Antuñano; Martine Beaulieu; Juan José Lapitz; Lahera; José Posada; el escritor Javier Martínez Reverte...).

Con la *new age* española llega, el impulso que conducirá al reconocimiento de nuestra cocina, la evolución y recuperación del vino, y la eclosión del turismo<sup>486</sup>. En marzo de 1990 *Gran Reserva* pasa a costar 400 pesetas. Durante los primeros meses de

<sup>485</sup> Un número de periodistas y restauradores realizó una reunión el mes de noviembre para coordinar los primeros pasos del movimiento comer despacio. Revista *Gran Reserva. Revista del buen vivir*, número 33, diciembre, 1989, p. 8.

<sup>486</sup> 1990 es el Año Europeo del Turismo. [http://europa.eu/about-eu/basic-information/european-years/index\\_es.htm](http://europa.eu/about-eu/basic-information/european-years/index_es.htm)

1990, la evolución de las ideas tanto en bodegas<sup>487</sup> como en cocinas conducirá al gran reconocimiento internacional de la gastronomía española. Son a penas los primeros pasos, pero contenidos e imágenes permiten confirmar el buen camino; durante toda la década se irán construyendo los cimientos sólidos que desembocarán en los premios del futuro; estamos ante un cambio de década que anuncia el relevo generacional definitivo de cocineros y la nueva tendencia culinaria. 1990 es el año en que Néstor Luján recibe el premio Conde de los Andes que concede anualmente la Real Academia de Gastronomía “al mejor escritor interesado por el mundo de la gastronomía”<sup>488</sup>. Es el año en el que los cocineros parecen mirar al huerto, observar las posibilidades de las verduras, evolucionar su utilidad y tratamiento culinario para ascenderlas de categoría. La agricultura ecológica va progresivamente copando espacio, lento, mínimo, pero su despegue también está aquí. Como lo está el de las empresas de preparación y manipulación de alimentos de gran calidad, que aplicando alta tecnología y enfocada a la alta cocina, se dirigen al restaurador; nace sin duda fruto del ritmo acelerado y la cultura del ocio, de la imperiosa necesidad de optimizar y rentabilizar el tiempo.

*Gran Reserva* dará periódicamente cuenta de todo lo anterior a lo largo de 1990. Continuando su estilo, perfectamente definido -su directora sintetiza la filosofía de la revista señalando lo alejados que estuvieron los contenidos de los recetario, las opiniones de cocineros y las notas de cata convencionales-.

En 1991, bajo la dirección de María Pilar Molestina que estrenaba responsabilidad en marzo de 1990, se abarcarán temas tan sustanciosos como la traducción de la gastronomía a través del mensaje visual que lanzan el diseño de platos y la presentación de productos concretos. El *packaging* ha sufrido un considerable cambio en los últimos años y, como hoy, se mantenía la idea (o ilusión) de que la novedad es la esencia del diseño. El afán de ventas ha derivado en una clara competencia en hostelería y restauración y en el sector agroalimentario en un mercado que está creciendo considerablemente auspiciado por el boom económico de la década anterior, por los

<sup>487</sup> En marzo de 1990, la prestigiosa revista de vinos *The wine spectator* otorgará el reconocimiento internacional a los grandes tintos españoles.

<sup>488</sup> Revista *Gran Reserva*. *Revista del buen vivir*, número 34, enero 1990, p. 4. El siguiente será para Cristino Álvarez Herrera.

vientos europeos y el ascenso de una clase social nueva, busca la diferenciación. Diferenciación que también busca el lector de esta revista.

1991 es un año en el que esta preocupación por la imagen que, salvo los cocineros más mediáticos despliegan sin pudor, es, en su conjunto y atendiendo a los contenidos reflejados en estas revistas, de lenta evolución. Sin embargo, representa el punto de partida de la inquietud gastronómica que crece durante toda la década de los noventa y que implica otras disciplinas como el diseño, el arte o la música. Y serán los vinos, precisamente, los que más se resisten a aceptar los nuevos aires. La etiqueta del vino es su carta de presentación; ante la misma el consumidor comulga o rechaza la propuesta. Un tema serio que abrirá las vías de la incorporación de profesionales del diseño y la ilustración en el terreno gastronómico.

También es el año en el que la publicación vuelve a incrementar en 50 pesetas su precio (450 pesetas por ejemplar). La “batalla” del jamón con tan sólo dos denominaciones de origen reconocidas -Teruel y Guijuelo-; vinos y tecnología innovadora; la reconversión de Jerez y el arranque de sus viñas; la necesaria toma de distancia con la aceptación de la calidad únicamente vía control oficial –sobre la que algunos expertos durante este periodo muestras ciertas reticencias-; la disgregación de Intervin de la asentada Alimentaria en marzo de este mismo año; la Denominación de Origen Calificada Rioja sobre la que reflexionará la publicación en su número de mayo; la bienvenida de TecnoVin editada por Pedeca Publicaciones Técnicas; tabúes alimentarios; afrodisíacos; cavas, champagnes, tintos, rosados, vinos nacionales e internacionales... Son algunos de los temas abordados durante este año que introduce dentro de “Buen Vivir” artículos sobre personajes relevantes y sus relaciones con la gastronomía (Napoleón, el Barón Rothschild, Alfonso XII...). El magistral enfoque que combina beneficios y consejos sobre alimentos elaborado Andrés Malby, desaparece de “Buen Vivir” y se sustituye por un enfoque que hoy nos resulta familiar por su escueta y llana prosa; dichos textos abarcarán con periodicidad o aparición variables temas de salud.

A partir de 1991 las primeras páginas se hace patente el aumento de imagen fotográfica y también de publicidad, que continúa mostrando cierta pericia estética frente al resto de competidores de quiosco. En julio la revista aumenta de nuevo su



precio, ahora pasa a costar 490 pesetas. Avanzado el año en curso y próximo el 92 la publicación expresa su descontento con las alharacas generales ante la Expo de Sevilla, así como de la pérdida de personalidad por querer hacer las cosas al estilo europeo. “Se sofisticaba la oferta de forma que termina cayendo en lo cursi y facilón, o se copia descaradamente, perdiendo en el camino valores auténticamente nuestros que afortunadamente no necesitan de castañuelas ni panderetas”<sup>489</sup>.

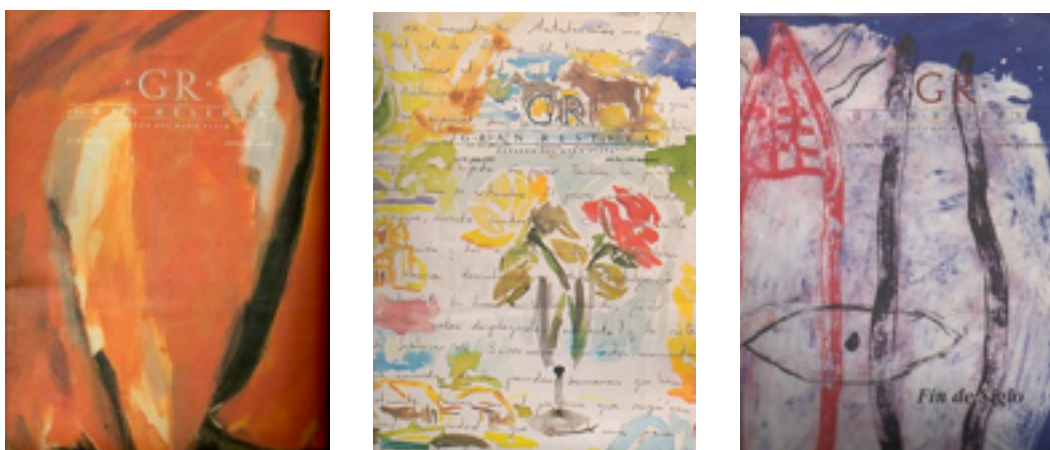
Este año continúa siendo un año en el que el desconocimiento y el bajo consumo de vino dentro de nuestras fronteras, a pesar de los esfuerzos, hace girar la cabeza de los bodegueros hacia el exterior. La necesidad de cuidar la imagen del consumo de vino con valores positivos será a partir de ahora parte de la estrategia a seguir.

Hasta octubre de 1991 la redacción y administración de la revista se realizaba desde la calle Juan de Mena, número 8 (Madrid), pero a partir del señalado mes de noviembre en el que sale a la venta el ejemplar número 54, *Gran Reserva* cambia de dirección para realizarse desde la calle Almirante, número 15 (Madrid). Manu Vento sigue desarrollando la maquetación y el diseño, y Cristina Parra la coordinación de cada una de las artísticas portadas. El experto en vinos Javier Rueda, erigido ya Director Técnico de la revista, continúa publicando textos con asiduidad.

Con el cierre del año en el que el periodista Cristino Álvarez recibe el galardón que concede la Real Academia de Gastronomía a la mejor labor periodística, el tema del lujo vuelve a ser objeto de examen. Con motivo de la Navidad la revista quiere reflexionar sobre la conversión en ostentación y opulencia de lo que debería ser elegancia, alegría y honestidad. *Gran Reserva* culmina el año con una profusa reflexión en torno al vino encargada a grandes restauradores que explican y dan cuenta de los vinos menos comerciales, nuevos o procedentes de pequeñas bodegas que a penas acaban de comenzar, y que permanecen en su memoria. Todos los consultados por la publicación, - Abraham García (Rte. Viridiana), Custodio López Zamorra y Javier Oyarbide (Rte. Zalacaín), José Luis Pereira (Rte. Príncipe de Viana), Luis Miguel Martín y Segundo Alonso (Rte. El Amparo), Matías Basoco (Rte. El Cenador del Prado)-, continúan quejándose de la “poca cultura vinícola del tercer país productor de vino”.

---

<sup>489</sup> Revista *Gran Reserva*. Revista del buen vivir, número 52, septiembre, 1991. Editorial.



Varias de las portadas de *Gran Reserva* en su etapa final.

*Europa pan y vino; La España del Sur; Riqueza bajo tierra; Fin de Siglo; Bienes escasos y únicos; Iniciativa catalana* (para consolidar sus bodegas y nombres en el extranjero) y *Vinos australianos* (y rusos, americanos, chilenos que empiezan a despuntar); la irrupción de un número doble para los meses de Julio y Agosto titulado *Haciendo ensaladas; El vientre global* que marca una ligera subida de precio en la venta de la publicación que pasa a costar en Septiembre 500 pesetas; *Bacalaos, vinos almenas y desaguizados; Cocina de ayer y de siempre; y, El cuerno de la abundancia*, componen los números del año 1992.

El año en que España se vuelve escaparate del mundo -Expo 92 y Olimpiadas-, *Gran Reserva* sale al mercado con fuerza, con propósitos y objetivos. Porque es necesario conocer a los vecinos europeos y al tiempo enorgullecerse a nivel cultural de una España que se moderniza y cuya gastronomía florece como nunca. El primer número del año estará dedicado a una selección de países de Europa, de sus características y peculiaridades gastronómicas. La revista continúa saliendo a la venta con la calidad gráfica y textual que la caracteriza. Cada mes, un cuadro, una pintura con la que definir el contenido; el mensaje se basa en la traducción conceptual de las imágenes. Todo el país mira a Andalucía, a Sevilla, la cita obligada es la Expo 92. La publicación patatea contra el efecto del protagonismo español que provoca el abuso de precio y el descenso de la calidad en hoteles y restaurantes; frente a una masiva demanda, denuncia que el ciudadano se encuentra una cara, mala y más que dudosa oferta. Es su opinión y no la esconde. El sector del aceite anda revolucionado demandando promoción y distinción en

función de sus calidades. La bodega Gonzalez Byass, los primeros en levantar la voz ante la injusticia de apropiación inglesa de uno de los vinos más característicos del sur español, ve durante el mes de marzo reconocida la paternidad española del vino de Jerez.

El editorial del mes de mayo será un tirón de orejas para La Rioja y un aplauso a favor de la libertad de prensa ante aquellos que utilizan las publicaciones y las apoyan en función de reciprocidad y no de la calidad de las informaciones, su análisis o profundidad. El mes de octubre anuncia cambios en lo económico; tras los fastos de la Expo toca apretarse el cinturón. Es el sector de la restauración uno de los primeros en resentirse, cerrando o transformando locales, de ahí que la propuesta temática de este número sea una especie de reclamo al recetario tradicional donde los elementales ingredientes como el pan o la sal y el siempre bien traído vino ofrecen carburante y abrigo.

El número 65 del mes de noviembre vuelve a hacer memoria para hablarnos de la cocina de ayer, la cocina de siempre. Pero hay un tema que brilla: Ribera de Duero, donde hay novedades a pesar de los tiempos difíciles. En esta tierra se están gestando proyectos muy interesantes, con enfoques distintos, que son precisamente el origen de su particular revolución. También la figura y profesión del sumiller se refuerza y comienza a ser reconocida por el público gracias al reconocimiento de concursos y galardones.

La cuenta atrás de la revista *Gran Reserva. Revista del buen vivir* se traza en 1993, su último número sería el 70 y se correspondería con el mes de abril.

En enero de este año sale a la venta al precio de 600 pesetas y aplica cierta remodelación parcial. La publicación rediseña sus páginas que no pierden de vista ni la filosofía ni el estilo anterior. El sumario cambia su ubicación dentro de la misma página: se sitúa en la parte inferior y su justificación será centrada. La tipografía se mantiene. El papel cambia con el objetivo de favorecer la reproducción de fotografías, y, en su conjunto, la revista se vuelve más gráfica y colorida; conserva sus secciones habituales y su carácter artístico interior se suaviza.

Durante estos años la publicación no ha dudado a la hora de dar cuenta de noticias relacionadas con otros grupos de comunicación que publican revistas gastronómicas, lo que demuestra su buen talante. 1993 es el año en el que se impone el Mercado Único Europeo y la preocupación del sector vinícola por la desaparición de aranceles entre los países miembro y la competición con el resto de vinos de Europa está en el aire. Febrero trae aroma a frutas compotadas, recetas caseras y botellas para coleccionistas. La revista incluye entre sus páginas una encuesta-cupón en la que solicita al público lector una evaluación sobre el club y la revista.

La celebración de semanas gastronómicas en restaurantes para dar a conocer novedades, carta y animar el local están de moda (famosos restaurantes como fue la *Gastroteca de Stéphane y Arturo* –con nueve ediciones-; *Gobolem* –de las Rozas apuesta por la organización de varias semanas gastronómicas, cada una de ellas en función de la cocina: gallega, vasca...-; *Meridiana* en Logroño lanza su semana de la cocina riojana, etc.).

En cuanto al vino se destaca la labor de los Consejos Reguladores de Denominación de Origen con motivo del vigésimo aniversario de la fundación del de La Mancha.

El mes de abril está dedicado a los consumidores desinformados; desconcertados no saben qué vino adquirir. La malsana picaresca española parece no haber desaparecido si confiamos en las palabras de la publicación que critica y acusa a un sector de mezclar, sin arte alguno, todo tipo de vinos para obtener vinos comerciales y sobrevivir en un panorama de competencia entre bodegas. Por eso la revista reclamará la creación de campañas divulgativas y la necesidad de información imparcial procedente de personas con credibilidad y ética, honradez por parte de las bodegas y los Consejos que “muchas veces no hacen más que de policías de viñas”<sup>490</sup>. Este número

---

<sup>490</sup> Revista *Gran Reserva*. Revista del buen vivir, número 70, abril de 1993, Editorial.

junto con el anterior incluye una guía de hierbas comestibles. Y cierra con dos insuperables páginas de humor (lanzamiento del diario *El Apetito*).



Con importantes premios y reconocimientos (1987, Premio Nacional de Gastronomía a la mejor publicación (España); 1989, *Magpile Magazine Awards* a la revista con la mejor calidad editorial, diseño y producción del año (Alemania); 1990, *Red Dot Awards (Design Innovation)* a la revista que ha marcado una diferencia en el sector editorial de la década –premio que tres años más tarde dejó de incluir productos editoriales dentro de las categorías galardonadas-), en 1993 la revista dejará de editarse, dado que la venta de la cartera de clientes y la falta de inversión e interés del nuevo consejo de administración de SERVIVISA acabaron con las posibilidades de desarrollo del proyecto.

Termina así una publicación que abogó por adentrarse en la profundidad de las cosas con la loable misión de ir desvelando su esencia. Con espíritu crítico y vocación gastrocultural, cada una de sus propuestas se acompañaba de reconocidas firmas y puntos de vista dispar; su objetivo editorial fue el de establecer un diálogo, ofrecer una alternativa para alcanzar el máximo grado de certeza, para aclarar las ideas. Entre sus páginas siempre referencias al vino. La apropiada revista es un continente infinito, una copa de vino que junto al plato habrá que degustar despacio, arrinconando las prisas de

la sociedad actual. En realidad, nada más que la sencilla reivindicación de la cultura del vino que la motivó a partir del club y a cuya difusión contribuyó sobremanera.

Retrospectivamente y tras este examen no queda sino concluir que el deseo de originalidad de la revista *Gran Reserva*, publicación con estilo propio lleno de vivencias personales y deseos de propagar el amor por un vino ilustrado e imaginativo, se cumplió al cien por cien. La aseveración de María Pilar Molestina con respecto a contenidos y autores que contribuyeron a dar forma a cada ejemplar (“todas las grandes firmas que en un momento dado han sido historia del periodismo gastro-vinícola pasaron por *Gran Reserva*”), además de ser fieles a la realidad, representan el reflejo de visión, acierto y calidad de una publicación especializada y de un equipo que tiene bien ganado un hueco principal en la historia gastroperiodística y gastrocultural de nuestro país. *Gran Reserva* fue un producto periodístico único que materializó una época de cambios y expansión cultural en España.

### 3.2.8.8 *Sobremesa, la conversión de una publicación de vinos*

La transformación de *Vinoselección* se produce en 1984, cuando la empresa Ediciones de Gastronomía S.A. edita el primer número de *Sobremesa*, el cual incluye *Vinoselección*, convertido ahora en complemento de la publicación. Subtitulada *Revista de vinos y gastronomía de Vinoselección*, en el primer número que ve la luz en febrero de 1984 participarán entre otros: Rafael García Santos; Víctor M. Rodríguez; José Peñín; Néstor Luján; José María Sulleivo; el historiador culinario, Manuel Martínez Llopis; Mario Mariani; Rafael Ansón; Eugenio Domingo; Jaime Botana; Julio Benítez; Antonio de Senillosa; y, bajo la firma “el equipo de Arquestrato”, aparece la crítica gastronómica.

Entre los créditos para fotografía e ilustración se incluyen los de Raúl Reynoso, para la primera categoría, y, Humberto Díaz Santana como responsable de dibujos e ilustraciones. Xavier Domingo, polemista nato, es entrevistado por José María Sulleivo, y, Juan José Millás ofrece un breve texto titulado *Un espacio secreto*.

En el editorial, Massimo Galimberti, quien también participará esporádicamente en la redacción de textos, no puede esconder la alegría que supone el lanzamiento de estas páginas que se incorporan al mercado de las revistas al precio de 250 pesetas por ejemplar. “La que fue antaño la revista destinada a los socios de un club llamado *Vinoselección* ya es otra cosa. Esta revista sale a la calle, se constituye como editorial independiente, busca su público”<sup>491</sup>, subraya el propietario de la publicación cuya dirección recae en Rafael Follonier.

La revista, que anuncia en el mismo editorial la continuidad del club cuyas novedades y selecciones enológicas ofrecerá puntualmente, cuenta en este primer tramo con un Comité de Asesores formado por Manuel Martínez Llopis y Gonzalo Sol, además del asesor de vinos José Peñín, cuyo nombre y reputación es conocido ya por todo el ámbito gastroperiodístico del momento.

La salida de *Sobremesa* (o reconversión de letras *Vinoselección*) es posible gracias al éxito anterior del club de vinos, que evidencia tanto el interés del público por

---

<sup>491</sup> Revista *Sobremesa*. Revista de vinos y gastronomía de *Vinoselección*, número 1, febrero de 1984. Editorial, p. 3.





Bajo el subtítulo *Revista de vinos y gastronomía de Vinoselección*, la publicación de Massimo Galimberti ve la luz en febrero de 1984.

el producto y la temática gastronómica como señala lo interesante del negocio cuyo modelo será imitado o explotado por otras empresas a partir del trabajo visionario de Massimo Galimberti. Nace así una revista que presta mayor atención al conjunto de la mesa, y que siente la necesidad, como en su momento lo sintió el resto de competidoras, de justificar moral y temáticamente su existencia, tras años de flagelaciones y calendario religioso: “no se trata de estéril esnobismo, sino de un afán, sano y vivo, de buscar y descubrir aquellos aspectos nuevos y aquellas individualidades que enriquecen la vida”<sup>492</sup>, y de las que la gastronomía forma parte.

El lógico paso de la dictadura a la democracia supuso también un avance en lo gastronómico. El debate sobre si la cocina tradicional debe renovarse y la cocina de la transición acapara las páginas en todas las publicaciones de este tipo.

En esta primera etapa que abarca el año ochenta y cuatro, la revista mantendrá prácticamente el esquema inicial. “Opinión”, “Reportajes”, “Entrevista”, “Gastronomía” –donde se incluye Radiografía de Restaurantes (crítica firmada por Arquetrato), “Naturaleza y Mesa”, “Letras”, y, el misceláneo “Etcétera”, componen cada número desde febrero de 1984 hasta el verano de ese mismo año, y se completa con las páginas que forman el suplemento *Vinoselección*. El número especial

Sumario	
<b>Opinión</b>	17
9. Opinión: Opinión de opinión	17
10. Opinión: Opinión de opinión	17
11. Opinión: Opinión de opinión	17
12. Opinión: Opinión de opinión	17
13. Opinión: Opinión de opinión	17
14. Opinión: Opinión de opinión	17
15. Opinión: Opinión de opinión	17
16. Opinión: Opinión de opinión	17
<b>Reportajes</b>	21
21. Reportaje: Opinión de opinión	21
22. Reportaje: Opinión de opinión	21
23. Reportaje: Opinión de opinión	21
24. Reportaje: Opinión de opinión	21
25. Reportaje: Opinión de opinión	21
26. Reportaje: Opinión de opinión	21
27. Reportaje: Opinión de opinión	21
28. Reportaje: Opinión de opinión	21
29. Reportaje: Opinión de opinión	21
30. Reportaje: Opinión de opinión	21
31. Reportaje: Opinión de opinión	21
32. Reportaje: Opinión de opinión	21
33. Reportaje: Opinión de opinión	21
34. Reportaje: Opinión de opinión	21
35. Reportaje: Opinión de opinión	21
36. Reportaje: Opinión de opinión	21
37. Reportaje: Opinión de opinión	21
38. Reportaje: Opinión de opinión	21
39. Reportaje: Opinión de opinión	21
40. Reportaje: Opinión de opinión	21
41. Reportaje: Opinión de opinión	21
42. Reportaje: Opinión de opinión	21
43. Reportaje: Opinión de opinión	21
44. Reportaje: Opinión de opinión	21
45. Reportaje: Opinión de opinión	21
46. Reportaje: Opinión de opinión	21
47. Reportaje: Opinión de opinión	21
48. Reportaje: Opinión de opinión	21
49. Reportaje: Opinión de opinión	21
50. Reportaje: Opinión de opinión	21
51. Reportaje: Opinión de opinión	21
52. Reportaje: Opinión de opinión	21
53. Reportaje: Opinión de opinión	21
54. Reportaje: Opinión de opinión	21
55. Reportaje: Opinión de opinión	21
56. Reportaje: Opinión de opinión	21
57. Reportaje: Opinión de opinión	21
58. Reportaje: Opinión de opinión	21
59. Reportaje: Opinión de opinión	21
60. Reportaje: Opinión de opinión	21
61. Reportaje: Opinión de opinión	21
62. Reportaje: Opinión de opinión	21
63. Reportaje: Opinión de opinión	21
64. Reportaje: Opinión de opinión	21
65. Reportaje: Opinión de opinión	21
66. Reportaje: Opinión de opinión	21
67. Reportaje: Opinión de opinión	21
68. Reportaje: Opinión de opinión	21
69. Reportaje: Opinión de opinión	21
70. Reportaje: Opinión de opinión	21
71. Reportaje: Opinión de opinión	21
72. Reportaje: Opinión de opinión	21
73. Reportaje: Opinión de opinión	21
74. Reportaje: Opinión de opinión	21
75. Reportaje: Opinión de opinión	21
76. Reportaje: Opinión de opinión	21
77. Reportaje: Opinión de opinión	21
78. Reportaje: Opinión de opinión	21
79. Reportaje: Opinión de opinión	21
80. Reportaje: Opinión de opinión	21
81. Reportaje: Opinión de opinión	21
82. Reportaje: Opinión de opinión	21
83. Reportaje: Opinión de opinión	21
84. Reportaje: Opinión de opinión	21
85. Reportaje: Opinión de opinión	21
86. Reportaje: Opinión de opinión	21
87. Reportaje: Opinión de opinión	21
88. Reportaje: Opinión de opinión	21
89. Reportaje: Opinión de opinión	21
90. Reportaje: Opinión de opinión	21
91. Reportaje: Opinión de opinión	21
92. Reportaje: Opinión de opinión	21
93. Reportaje: Opinión de opinión	21
94. Reportaje: Opinión de opinión	21
95. Reportaje: Opinión de opinión	21
96. Reportaje: Opinión de opinión	21
97. Reportaje: Opinión de opinión	21
98. Reportaje: Opinión de opinión	21
99. Reportaje: Opinión de opinión	21
100. Reportaje: Opinión de opinión	21

Sumario del primer ejemplar publicado por *Sobremesa*, febrero 1984.

<sup>492</sup> Ibid. p. 3

dedicado a “Los Ángeles ‘84” alterará completamente este sumario habitual por estar dedicado por entero a la ciudad que acoge las polémicas olimpiadas marcadas por la Guerra Fría y las tensión bipolar EEUU-URSS.

Vinos y restauradores son protagonistas y comparten espacio en una publicación que comparte similitudes con la decana *Club de Gourmets* pero cuya identidad personal es indiscutible. A pesar de que algunas de las firmas que participan en *Sobremesa* firman en *Club de Gourmets* y *Bouquet*, además de en diarios nacionales, el enfoque y los temas abordados por ésta conseguirá con perseverancia hacerse hueco. Su tipografía refleja cierta frescura con respecto a la que se antoja ya como clásico logotipo de *Club de Gourmets* –han pasado ocho años desde que la publicación se editase- y su análoga en cuanto a diseño *Bouquet* –aparecida tan sólo cuatro años antes-. La revista es, al igual que las dos anteriores, gráfica y contiene abundante fotografía. De la misma conviene destacar como ejemplo de innovación y valor añadido de la publicación las menciones mensuales sobre tesoros enológicos y el anuncio de las futuras selecciones con la ventaja añadida de que el coleccionista de vinos puede ir planificando su bodega en función del gusto e intereses.

*Sobremesa*, publicación mensual con un número doble que aglutina los meses de julio y agosto, contará como es lógico con publicidad entre sus páginas, sobre todo de bodegas y vinos. Aunque según avanza su andadura se irán incorporando marcas y variedad de productos, tanto en la revista como en suplemento *Vinoselección*.

Es esta una primera época en la que la publicación concede atención y protagonismo a territorios de la geografía española y a sus gentes. Los reportajes son extensos y muestran o explican el desarrollo de la vida rural, destacan sus productos y apuntan hacia sus posibilidades de crecimiento y expansión, son precisos y rezuman documentación y contextos. Tampoco elude temas controvertidos como la necesidad de cuidar el estómago de los españoles haciendo cumplir las leyes y creando aquellas que sean necesarias para evitar la continuidad de una práctica, la de la venta a granel, hasta hacía poco permanecía descontrolada y con nefastos resultados como el triste episodio del aceite de colza, cuya primera víctima, a penas un niño, tenía lugar en mayo del 1981.

Además de destacar la cultura gastronómica nacional, ofrecer y recopilar recetas de platos y bebidas –la elaboración de platos recae en manos del chef Luis Irizar en este periodo-, y preocuparse por los peligros que acechan a especies por pesca o caza desahogada, ofrece en este su primer año, temas de investigación sobre el origen y uso de alimentos a lo largo de la historia de la civilización, también sobre su representación pictórica que, al menos durante esta etapa, recae en el historiador de alimentos Martínez Llopis. En el número dos se incorporará la firma de José Carlos Capel, que se introduce con un pequeño texto sobre las habas de San Antón.

Por supuesto el tema del vino aparece representado e integrado en el grueso de cada revista puesto que es uno de sus principales motores (económico y gastroperiodístico). José Peñín, Joaquín Merino, José María Sulleiro, Eugenio Domingo, Gonzalo Sol, Víctor Rodríguez y Enrique Bernis, entre otros, continúan colaborando y redactando textos para la revista. En la misma también participara el enólogo y sumiller, Jesús Flores Téllez.

Londres, Madeira, Suecia y el Norte de África, son algunos de los lugares que protagonizan los reportajes de viajes publicados en este primer año de vida de la revista. La producción de miel; el calendario festivo y la alimentación al mismo vinculada; la comida de cuaresma; los vinos que han desaparecido, sus grandes familias, las sagas bodegueras; el cava; el cocinero Juan Mari Arzak y su cocina que aparece con intermitencias casi en cada número, así como la de Zalacaín, restaurante que se anuncia en la publicación con asiduidad; Pedro Subijana aparece en el número 7, adjetivado ya como “el clásico de la nueva cocina vasca” (el cocinero recibió en 1979 el título de Mejor



Portada de Sobremesa, nº 8, octubre de 1984.

Cocinero de España por su “cocina imaginativa de vanguardia”<sup>493</sup>); lo que parece ser “la dictadura de los “Hiper” con sus horarios y guerra de precios; y, recetas de cocineros, locales y para hacer en casa, junto a “Hierbas con sabor” (en cada número una especia para condimentar, explicada conjugando botánica, herboristería e historia); además del especial “Los Ángeles ‘84” que aparece ante los ojos como la guía indispensable con la que viajar hasta allí (un trabajo minucioso –la plantilla ha viajado hasta allí para con motivo de las olimpiadas- que incluye un mapa y recomendaciones de visitas, ocio y locales para todos los bolsillos); nos sirven para realizar una fotografía visual de la revista en estos primeros 10 meses de vida –julio y agosto se agrupan un único número-.

El número dos en concreto anuncia el primer viaje organizado entre *Sobremesa* y *Vinoselección* para descubrir la zona de Jerez; un viaje para un máximo de 30 personas a un precio de 32.000 pesetas por persona, con visitas, alojamiento y comidas incluidas –los socios del club obtenía un descuento de 4.000 pesetas sobre el precio final-.

El número tres de la publicación, aparecido en el mes de abril, viene con la firma de Álvaro Pombo en el rincón literario “Letras”. También muestra en el editorial la preocupación por las prisas, y anuncia la reproducción de recetas fáciles de preparar para que los fines de semana se “humanicen”; propone replantearse las escapadas que colapsan las carreteras y propone dejarse perder en lugares alejados hasta de uno mismo. La búsqueda de la tranquilidad, o, la huida de la ciudad es un tema que suele aparecer con frecuencia en la que parece ya una España acelerada. Este número incluye unas páginas donde se publican algunas cartas del lector dirigidas a la publicación, y una página de Humor/Pasatiempos de temática gastronómica.

El número cuatro es el número en el que Galimberti dedica el editorial a defender a sus catadores acusados de oscuros intereses en una mesa de cata. Afirma Galimberti que su equipo de catadores “no se ha andado con chiquitas y ha echado algo más que flores sobre los vinos”<sup>494</sup>. El editor defiende la independencia de los integrantes

---

<sup>493</sup> *Sobremesa*, nº 7, septiembre de 1984, p. 28-30.

<sup>494</sup> Revista *Sobremesa*, número 4, abril de 1984. Editorial, p. 5.

de su mesa de cata, que son además miembros fijos<sup>495</sup>, aludiendo a la necesidad de continuidad del criterio aportado por los mismos sobre los vinos que mencionan en la publicación. Por sus palabras se deduce que el mundo del vino, despierto ante las posibilidades de publicidad y menciones, de concursos, catas y clubes, comienza a competir por la mención y el puesto de honor con algo más que con el producto. Y esta es una sombra de la que este tipo de publicaciones no ha conseguido desprenderse, si bien es cierto que hay un buen número de periodistas que ejerce con profesionalidad y participa con libertad y criterio en catas y concursos. Descubrir la verdad sobre este asunto continúa siendo complejo, en el mismo sentido en que puede serlo en cualquier otra materia de especial interés como la política o la economía; y la polémica permanecerá planeando sobre el mundo del vino y la gastronomía con más o menos altibajos desde, precisamente, estos años.

Las noticias sobre el Instituto Nacional de Denominación de Origen (INDO), organismo dependiente del Ministerio de Agricultura creado a finales de 1970, y sus frentes abiertos con diferentes productos alimenticios implicados al objeto de potenciar el significado de las primeras Denominaciones de Origen, señalan buena parte de los contenidos que en general ocupan las páginas de las pocas revistas gastronómicas que existen en España durante los primeros años de esta década; revistas que proliferarán a partir de ahora.

No será ésta una publicación que obvie citar defectos o señalar aquellos vinos que superan a los que se cosechan en nuestro territorio, no al menos en este primer año, cuya fase exploratoria arroja, sin género de dudas, el resultado de una publicación seria y experta que incorpora fichas detalladas y resultados de catas y pruebas de productos que confieren al lector la sensación de transparencia<sup>496</sup>. Cada año, además, la revista

---

<sup>495</sup> Los integrantes de la mesa de cata de *Sobremesa* en este periodo estaría formada por José Luis González Cledera –ingeniero agrónomo, licenciado en enología y viticultura-, José Peñín –asesor de Sobremesa en materia de vino-, y Jesús Flores –sumiller y catador profesional-.

<sup>496</sup> Como ejemplo valga citar, en relación con los textos publicados por la revista en su primer año, el reportaje *La cocina en lata*, publicado en el número 6, de julio-agosto de 1984, y firmado por Carlos Delgado con fotografías de Félix Lorrio, donde se analiza tanto la calidad como el precio y etiquetado de un buen número de alimentos enlatados. En el número 8, de octubre de 1984, realiza otro texto de idénticas características titulado *Las mermeladas*, en el que cata y analiza o examina catorce parámetros de cuatro sabores de tres marcas distintas.

elabora un especial sobre “el vino que viene” en el que se ofrecen las perspectivas de lo que se puede esperar de la cosecha.

Hacia mitad del año acaparan la atención de la revista la irrupción del tetra-brik y comienzan a aparecer textos que se convertirán en reincidentes hasta finales de la década de los ochenta (potajes, cuaresma, quesos artesanales o la revolución culinaria de Francia), pero también comienzan a aparecer “novedades” como las posibilidades de la acuicultura, por ejemplo, con dos centros como hitos en el terreno: Instituto de Acuicultura de Torre de la Sal (Castellón) y Tinamenor (Pesués, Cantabria) a los que el año siguiente dedicará unas páginas específicas la revista<sup>497</sup>.

Tanto el diseño como la distribución de los contenidos se mantienen si bien se percibe una mejora en la calidad de las imágenes –sobre todo las que tienen que ver con el recetario, la fotografía gastronómica- debido entre otras cosas, a las innovaciones técnicas que se están produciendo así como a la incorporación de nuevos fotógrafos como Pablo Neustadt, Antonio de Benito –artífice de los portadas- y Félix Lorrio, entre otros.

A este respecto, la revista publica desde el número anterior, el número 5 del mes de junio, el “Bodegón de Schommer”, donde el fotógrafo artístico Alberto Schommer, realiza un bodegón en el que el componente gastronómico es protagonista y aparece bajo diferentes perspectivas (unas veces predominará la estética de aires tecno, otras el clasicismo a penas roto con leves irrupciones de una composición avanzada, o la adaptación y tergiversación de la materia prima de algunos de los objetos que compondrán la imagen).

La publicación cierra su primer año con balance positivo: ligero aumento de páginas (de 62 llega hasta las 82), mayor contenido publicitario, consolidación de firmas e iniciativas al margen del club de vinos, expresada en la ampliación de temas, la adecuación de su extensión –ligeramente perfeccionada-, y la presentación de los mismos, en los que la imagen fotográfica que acompaña cada texto comienza a perfilarse como nota característica o alejada de lo accesorio -con todo son imágenes testimoniales-.

---

<sup>497</sup> Revista *Sobremesa*, número 14, abril de 1985.



Pero sin duda la revista comienza a competir fuerte en el mercado de revistas de este mismo periodo, asemejándose (en este periodo) al tipo de revista lanzada por *Club de Gourmets*.

En 1985 el tema del Mercado Común concentra la actualidad. Galimberti reconoce en varios editoriales que “el vino español ha sido noticia de primera página en la prensa diaria. Al final parece haberse convertido en el más serio escollo para la adhesión de nuestro país a la Comunidad Económica Europea”<sup>498</sup>. El editor de la publicación no esconde su opinión durante este año afirmando que el “aislamiento enológico que se ha vivido en España”<sup>499</sup> desaparecerá en breve; también muestra su desconcierto ante lo que considera alarmas por parte de los futuros socios comunitarios por cuestiones que pasan por los excedentes vinícolas que la incorporación de España producirá a la Comunidad Europea (se refiere a los vinos de menor calidad o a granel pues los embotellados, y, en general los de mejor calidad, no cree que deban temer nada; no obstante, señala que el mercado se va a endurecer notablemente y que hasta el momento “el bodeguero español está gozando de un paraguas arancelario excepcional que multiplica por dos el coste en origen de los vinos comunitarios. [...]”<sup>500</sup>).

La publicación aparece con ligeros cambios estéticos, obra de los responsables de diseño, Álvaro Nebot y Luis G. Artime, como son el rediseño del sumario en el que se incluyen desglosadas las recetas que aparecen publicadas. Del mismo desaparece cualquier agrupación por secciones del contenido ofrecido al lector; sin embargo, aunque desconcierta la exposición del contenido el mismo se ofrece del mismo modo durante el mismo año, es decir, siguiendo el orden de aparición en la revista, el cual no cambiará. El staff de la publicación aparecerá al final, justo antes del suplemento *Vinoselección* cuyo contenido también se amplía incluyendo ahora recomendaciones literarias y todo tipo de productos gourmet. También se percibe un impulso al contenido fotográfico –imágenes a doble página sobre el que se imprime parte del texto aparece como síntoma de innovación-. El aumento o diversificación así como la mayor extensión

---

<sup>498</sup> Revista *Sobremesa*, número 11, mayo de 1985, Editorial.

<sup>499</sup> Revista *Sobremesa*, número 18, septiembre de 1985, Editorial.

<sup>500</sup> Revista *Sobremesa*, número 11, mayo de 1985, Editorial.



de los temas abordados a través del reportaje estará activo durante todo el año. La revista mantiene las comparativas sobre productos que con tanto acierto realiza Carlos Delgado –croquetas, mahonesas de bote...-, y la dirección de la revista continúa en manos de Juan Manuel Ibáñez, cargo que lleva ejerciendo desde los primeros números de la publicación.

La publicación, que ahora cuesta 300 pesetas, incluye una agenda de una página con recomendaciones. En cuanto al estilo de redacción del periodo, el mismo presenta una concienzuda preocupación por explicar las complejidades y oportunidades que ofrece cada producto al que se contextualiza históricamente para culminar con la situación actual o los mejores establecimientos donde localizarlos o consumirlos.

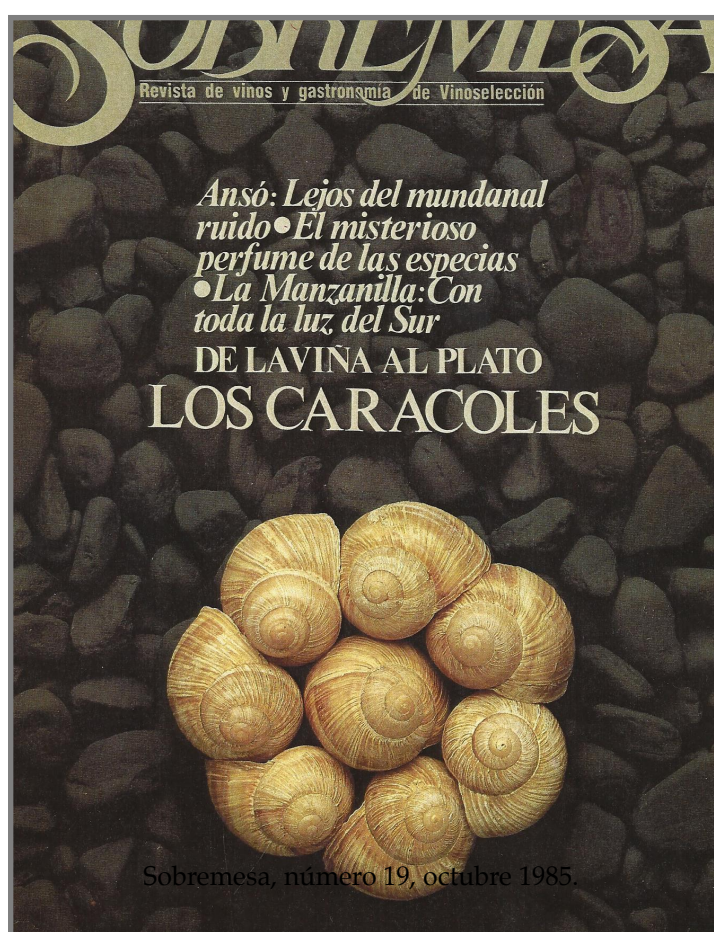
Reportajes (con sus respectivas recetas) sobre la caza; bebidas espirituosas sobre las que realiza una “mesa de cata” que aparece tras finalizar cada reportaje cuyo arranque o contexto recae en un redactor y al que se añaden unas columnas que oscilan entre la opinión y el repaso histórico; las trufas, el arroz, el rodaballo, los caracoles, el melón, los salazones, son algunos de los reportajes que ofrece la revista. Y el bodegón de Alberto Schommer es ya un clásico de la publicación.

La crítica gastronómica sigue en manos del equipo Arquestrato, y, en cada número, un vino, una comarca o un territorio. El toque internacional viene de la mano de los reportajes sobre determinados productos que, cuando es posible son traídos al consumo o presencia nacional, y con propuestas turísticas (Florencia, Santo Domingo, París...).

A partir de la segunda mitad del año en curso, la calidad fotográfica mejora, también la composición de los platos que comienza a cuidarse; hasta ahora los platos han sido ofrecidos con honestidad, es decir, presentados sin artificios aunque cuidados. En cualquier caso, el estilismo culinario es ya una realidad, y también el fotografiado cenital donde la reproducción fidedigna del objeto compite con la originalidad del plano y la armonía y composición de los elementos que la componen; será a partir del mes de mayo cuando se aprecie ya con cierta regularidad.

Entre las firmas continúan apareciendo Gonzalo Sol, Nines Arenillas, Martínez Llopis, Xavier Domingo o José Peñín, y se incorporan, con cada número, antiguos y nuevos colaboradores que reaparecerán durante el año por la publicación; la figura del colaborador aparece así perfectamente instalada, aspecto que recogerán el resto de publicaciones posteriores.

En cuanto a la publicidad, entre las páginas que componen la revista se incluye pero no puede decirse que sea abundante; es precisamente el suplemento *Vinoselección* el que recoge mayor abundancia de referencias y alusiones comerciales, lo que por otra parte resulta del todo natural pues su objetivo es dar a conocer y promocionar el club y



los productos recomendados. Estas páginas finales son ya una especie de venta por catálogo de productos selectos.

La revista cierra el año proponiendo la suscripción por el precio de 2.600 pesetas a la revista al objeto de coleccionarla pues verdaderamente cada reportaje constituye una fuente documental.

A partir del año siguiente la revista incluirá unas tarjetas de identidad de los vinos propuesto por *Vinoselección*. Dos temas de interés mayoritario van a centrar 1986 y 1987: el culto al cuerpo y

la necesidad de uniformar la restauración, no el sentido de la oferta gastronómico sino en el sentido de profesionalizar con visión de conjunto el arte de la restauración al margen del tipo o categoría del establecimiento. Como siempre, estos temas aparecerán en cada número rodeados de reportajes sobre productos, protagonistas –chefs y

restaurantes que ofrecen algunas de sus recetas-, y bodegas. Caracoles, ostras, apio, frutas, congelados, legumbres, destilados, coctelería –durante todo este periodo, más o menos reincidente-, percebes, bogavantes, salsas, patos, vino de jérez, de Burdeos... Todos abordados en profundidad.

El culto al cuerpo, la afición por el gimnasio se pone de moda durante 1986, de tal modo que parece una enfermedad u obsesión colectiva. A este asunto se han referido ya otros periodistas en otros ámbitos pero el problema que ve la publicación en concreto es el desconocimiento que lleva al ciudadano preocupado por su salud (“la salud como locura”) a correr sin freno, rechazar una copa de vino, un plato de carne o un cigarro puro, a adelgazar o luchar contra la báscula, en una especie de neurosis compulsiva que tiene en Jane Fonda y su aeróbic como telón de fondo (tras la lectura de algunos textos los vídeos de esta mujer debieron ser banda sonora en los hogares de buena parte de los españoles).

Está será parte de la cruzada de la revista durante los dos próximos años en los que los productos de la huerta, la carne, el aceite de oliva, el pescado, las técnicas de conservación de los alimentos –como el congelado-, el pan y todos sus valores nutricionales, y, ¡como no!, el vino centrarán la actividad de *Sobremesa*, junto a una apuesta por los reportajes de corte turístico en los que los destinos nacionales pretenden seducir al ciudadano autóctono. El desarrollo urbanístico de la Castellana, con la oferta gastronómica que aparece a su alrededor y el auge de marisquerías o restaurantes de corte marinero protagonizan un reportaje en el que se pone de manifiesto el sueño de Manhattan a la española que iba a suponer las inmediateces de Azca y en estos momentos acumula una oferta desigual –entre fast food y lujo-, donde el neón, los *top-less* y la prostitución reaparecen con cada anochecer<sup>501</sup>.

Durante 1986 cada una de las portadas de la publicación –salvo las de los meses de marzo y noviembre- estarán dedicadas a la comida o al producto.

La revista viene ofreciendo amplios reportajes y desgana el vino, del que ofrece una verdadera radiografía que abarca todos las aristas posibles. En este sentido la

---

<sup>501</sup> “Castellana costa oeste. Un Madrid para el siglo XX”. Revista *Sobremesa*, número 26, mayo de 1986.

profundidad y preocupación por cada tema es notable; la empresa responsable de la publicación quiere remarcar el carácter histórico del vino y no duda en aludir a personajes como el filósofo Platón, el poeta griego Constantino Cavafis, el sabio musulmán andalusí, Ibn Arabí, o el mismísimo William Shakespeare, en su batalla por demostrar el bien histórico y cultural que se encierra en esta bebida que hay que conocer para apreciarla. Así, no duda en denunciar todo lo aquello que perjudica al sector sobre el que nunca ha dejado de demostrar sus intereses. En el mes de mayo de este año se producirá un atentado grave contra la salud pública en Italia (venta de vino adulterado con alcohol metílico que ha provocado decenas de muertos y la paralización de la industria exportadora, “la primera del mundo por lo que a vinos se refiere”<sup>502</sup>). Ante lo cual demanda mayores y más fuertes controles que garanticen la seguridad del consumidor.

*Sobremesa* continúa publicando grandes reportajes que combina con artículos más breves, atiende a los productos de temporada y la cocina estacional y se aleja de los temas históricos con los que ha venido ilustrando a la audiencia y que por otro lado también han ido apareciendo, con más o menor extensión, e igual o distinto tratamiento o enfoque, en las revistas competidoras como *Club de Gourmets*, incluso también en *Bouquet*. Por lo general, la década de los ochenta es la década en el que el esfuerzo de la publicación se centra en la divulgación o formación del lector, al que se le presupone consumo, pero al que no se atosiga con publicidad de restaurantes. Los mismos se incluyen en las páginas de la publicación, pero si tenemos que calificar el periodo, el mismo será el de la preocupación por dar a conocer personajes, lugares y productos de los que además se proponen recetas para reproducir en casa.

La competencia gastronómica de la entrada en Europa es evidente y casi todos los articulistas, con Gonzalo Sol a la cabeza, andan preocupados por la innovación que sin embargo ven como algo positivo. También lo es la falta de tradición o impulso empresarial española –de un sector principalmente, el bodeguero– de exportación de productos. De igual modo este es el año que anuncia cambios en el sector de la información gastronómica, más concretamente de la supervivencia y oportunidades de

---

<sup>502</sup> Revista *Sobremesa*, número 26, mayo de 1986, Editorial.

negocio en un futuro próximo. Por lo general los escritores y periodistas gastronómicos de este periodo reconocen métodos primitivos a la hora de trabajar y “vender” el producto editorial gastronómico. El filón de la promoción gastronómica, de los gabinetes de comunicación, de la edición periódica de guías<sup>503</sup>, así como de la financiación de publicaciones a través de la materia protagonista en las mismas encuentra en 1986 en nuestro país y de la mano de dos conocidos franceses, Henri Gault y Christina Millau, quienes irrumpieron en 1972 con su guía desafiando a la mismísima Michelin, la única en aquel momento, un antes y un después. Ambos periodistas con motivo del número de junio de *Le Nouveau guide* en el que quieren incluir un importante artículo sobre Madrid hacen llegar lo que entiendo es un equipo de marketing y venta que ofrece a determinados locales y restaurantes la oportunidad de aparecer publicitados en la revista. Es el propio Gonzalo Sol el que da cuenta del sistema de venta o captación de clientes-propietarios en un artículo de opinión titulado *¿Marketing o picaresca?*<sup>504</sup> En realidad serán las dos cosas a la vez porque estamos ante la llamada de atención del sector sobre las nuevas fórmulas para la supervivencia de las publicaciones que terminarán imponiéndose. La venta de espacios publicitarios como “complemento informativo” al trabajo realizado por los periodistas en estas publicaciones comienzan a ser ofertados a marcas, restaurantes y productos, para que “amplíen la información” con esa inserción publicitaria cuya extensión o práctica dificultará o comprometerá, en adelante, la inocencia de lo que hasta ahora -entendemos- poseían los textos gastronómicos<sup>505</sup>. En poco tiempo el profesional de la comunicación será una realidad en nuestro país, y entre los sectores a los que se dedicará el gastronómico será uno de ellos. No será extraordinario que grupos de personas con intereses vinculados pongan en

---

<sup>503</sup> La edición de guías siempre ha estado rodeada de cierta polémica o de ciertas dudas sobre los contenidos y selecciones, dado que las mismas, aunque a día de hoy existen otras fórmulas, se sustentan principalmente de la publicidad de anunciantes.

<sup>504</sup> “¿Marketing o picaresca?”. Revista *Sobremesa*, número 22, enero de 1986, p. 61.

<sup>505</sup> A este respecto al público lector no le queda más remedio que confiar en la labor profesional de los equipos que componen cada publicación. Las mismas deben conseguir afianzar el público mediante la calidad de contenidos y una supuesta independencia que como sabemos cada día anda más comprometida en el ejercicio del periodismo, el cual soporta intereses e influencias de diversa índole. Mi labor en esta investigación es ofrecer una radiografía, un pulso de la evolución de las publicaciones gastronómicas, y señalar al mismo tiempo, los aspectos –temas, problemáticas, políticas, productos, empresas...- de las que dieron cuenta, sin entrar más allá de la exposición básica en detalles; en sus causas, evidencias, pruebas y/o soluciones. Labor ingente cuyas pistas, no obstante, quedan señaladas.



marcha publicaciones gastronómicas, como es el caso de *Bouquet* o *Gran Reserva*, también de *Club de Gourmets*, aunque en este caso la publicación es posterior a la creación del Salón, uno de los núcleos principales de la empresa; lo que no quita para que el trabajo desarrollado en las mismas no posea un incalculable valor, sobre todo durante esta década en la que todas las publicaciones son principalmente divulgativas. Tan sólo unos meses después, casi para terminar el año, de nuevo Gonzalo Sol se queja de que “los almuerzos y cenas de presentación de vinos, libros, semanas gastronómicas, etc., se suceden cada vez con mayor frecuencia en una clara escalada de atractivos – manjares, cocineros, obsequios, lujosos trenes...- que intentan hacer el acto lo más notable posible; tantos son éstos y tan intencionadamente coactivos en muchas ocasiones que, también cada vez, se hace más incómoda la asistencia, así como más difícil dedicar una sola línea a tanto y tantos casos de promoción”<sup>506</sup>.

Durante este periodo la revista no pierde su lado práctico; en su filosofía se encuentra la utilidad culinaria de los contenidos, de ahí que el recetario y los artículos sobre productos incluyan siempre información útil para el consumidor y el hogar. En cualquier caso la revista muestra la búsqueda general de un conjunto de lectores y lectoras interesados por la gastronomía en general y no sólo por los productos gourmet. El componente cultural comparte protagonismo con el acento pragmático de gran parte de sus textos. La revista informa sin desprenderse de la riqueza que encierran el vino y la alimentación, y de ello ha venido dando cuenta a través de sus extensos reportajes.

Los reportajes específicos sobre restaurantes comienzan a aparecer con más frecuencia a partir de la segunda mitad de 1986; la revista ronda ya las cien páginas y concluirá el año al precio de 325 pesetas (el precio se mantiene también durante 1987).

No es que no hubieran aparecido menciones a chefs y restaurantes en otros números, pero muchos de esos pequeños textos tienen que ver con establecimientos franceses, o simplemente con la agenda o actualidad -reseñas, citas concretas-. La cocina española, con un chef y su cocina como protagonistas, irrumpe en la publicación en este periodo. Genaro Pildain<sup>507</sup>, propietario-cocinero del restaurante Guría de Bilbao, es el

<sup>506</sup> Revista *Sobremesa*, número 32, diciembre de 1986.

<sup>507</sup> Revista *Sobremesa*, número 28, julio-agosto de 1986.

primero que aparece de manera destacada: a doble página y con su imagen y no su cocina como protagonista absoluto (la cocina se aborda inmediatamente después, pero lo destacable es el peso de la persona por encima de la cocina). Tras él Paul Schiff<sup>508</sup>, chef luxemburgués del restaurante La Hacienda en Marbella y que en este periodo es protagonista por adaptar la cocina francesa influenciado por el clima y los productos andaluces y mediterráneos; Michel Guérard<sup>509</sup>, Enrique Martel<sup>510</sup>, chef del Marbella Club, Juan Mari Arzak, son los grandes chefs que aparecen a continuación, aunque su aparición dista mucho de la preponderancia actual. En marzo de 1987 el restaurante de Cala Montjoí será motivo de un breve reportaje, firmado por José Martínez Peiro, que ofrece una brevísima visión histórica de conjunto al que añade un final ilusionante ante la llegada de un joven que comienza a sonar como algo más que una promesa<sup>511</sup>.

Simone Ortega y Nines Arenillas son algunos de los personajes que además de colaborar con la publicación, la primera con los “trucos de cocina”, la segunda con textos y artículos variados sobre producto sobre todo, aparecen como figuras entrevistadas. Por la publicación aparecen firmas relevantes de lo que comienza a ser un nutrido grupo de periodistas gastronómicos.

Como viene siendo habitual cada bodegón de Alberto Schommer viene precedido por un texto de corte filosófico-opinativo sobre alguna cuestión gastronómica. Este breve texto pone el acento reflexivo sobre las cuestiones del comer y responde a distintas razones (entretener, criticar, ilustrar). Eduardo Haro Teclen, Isaac Montero, Javier Alfaya, Fernando Parra son algunas de las firmas que aparecen junto al bodegón Schommer que a lo largo de los meses demuestra la evolución artístico-fotográfica que conducirá sin duda a configurar el gran trabajo que dejó este impresionante artista.

1987 supone la suspensión (temporal) de la crítica gastronómica que venía desarrollando Arquestrato. Máximo Galimberti justifica la supresión (momentánea) por la necesidad de buscar un método más útil para el lector. Bajo la premisa de ser una

---

<sup>508</sup> Revista *Sobremesa*, número 31, noviembre de 1986.

<sup>509</sup> Revista *Sobremesa*, número 32, diciembre de 1986.

<sup>510</sup> Revista *Sobremesa*, número 33, enero de 1987.

<sup>511</sup> “El Bulli. Punto y aparte”. Revista *Sobremesa*, número 35, marzo de 1987.



publicación “de servicio y guía del lector”, aspectos que hasta la fecha mantiene rigurosamente, el editor de *Sobremesa* lanza el testigo a los lectores a los que pide la colaboración para dar con “esa fórmula” que sea imparcial y al tiempo justa con los restauradores<sup>512</sup>. También es el año en que se comienza a elevar la voz ante la falta de coherencia entre la calidad de los restaurantes españoles y lo elevado de sus facturas. Galimberti insiste en que es el conjunto de los restaurantes y no sólo los restaurantes de lujo los que ofrecen una idea de la restauración de un país<sup>513</sup>.

Este año hace su aparición Manuel Vázquez Montalbán en la revista a través de sus recetas inmorales (título con el que dio nombre a una de sus obras editada en 1981), ilustradas por César Bobis. José Carlos Capel, Diego Núñez, Rafael Chirbes, Pablo Corbalán, Adolfo Ribas, John Reeder, Clara María Amezúa, José Peñín... son sólo algunos de los muchos nombres que pasan durante estos meses por una publicación que continúa caracterizándose por la profundidad y calidad de sus reportajes.

De lo analizado hasta ahora se puede discernir dos tipos de escritores en torno al vino, temática que continúa presente en *Sobremesa* a través de la columna de opinión de José Peñín con artículos sobre aspectos técnicos o de cata y los reportajes de bodegas, vides y territorios. La publicación especializada viene reflejando dos tipos de textos muy concretos que provienen del mismo mundo pero con objetivos distintos: uno es el que procede de la cata enológica y el otro el que se centra en la cata comercial. Sin duda en este hecho influye los dos tipos de lectores que recurren a estas publicaciones: el consumidor y el profesional.

Las innovaciones como el tetra-brik irrumpe en el mundo del vino que no ve con buenos ojos y considera que no es el envase para un producto cultural, vivo, cambiante y complejo como es el vino.

Durante los últimos años de la década de los ochenta, por la revista pasa la modernización de España. Las ciudades se convierten en poderosos núcleos luminosos que de noche posibilitan la expansión de los restaurantes que van ampliando su oferta

---

<sup>512</sup> La pregunta o petición de ideas es lanzada en enero de 1987 y las primeras respuestas de los lectores aparecen publicadas a mediados del mismo año.

<sup>513</sup> Esta idea viene repitiéndose desde el origen de la revista.

gastronómica. El turismo parece ser ya cosa de todos y, aunque viajar sigue siendo una opción limitada para muchos españoles, la inquietud viajera rezuma por textos y fotografías, los cuales, además, amplían fronteras según avanzamos en la incorporación europea: el Mercado Común Europeo conlleva la necesidad de información sobre las principales ciudades del mismo entorno y *Sobremesa* comenzará a prestar especial atención a las capitales europeas. Por otro lado, la cocina española está creciendo, y, a su vera, lo que la publicación denomina “oportunistas” que ven en el impulso y creatividad de muchos de los grandes cocineros una oportunidad para llenarse los bolsillos. El editorial del mes de mayo es rotundo en este sentido:

“Hace unos días entré, por casualidad, en un pequeño restaurante del centro de Madrid. Anunciaban en el escaparate, junto a los platos de la carta –bastante más caros-, un menú por ochocientas pesetas. Pensé que iba a encontrarme con otra nota extraviada de este caótico concierto al que uno ya se ha acostumbrado en el Madrid que perdió sus casas de comidas tradicionales y reparte sospechosas grasas y productos enlatados. Millones de ciudadanos – hay que decirlo otra vez- comen cada día fuera de casa y viven la tragedia de no saber dónde ni qué comer, mientras abonan unas facturas abusivas. En el pequeño restaurante del que voy a hablarles encontré una conmovedora excepción. Desde el instante en que me senté tuve ocasión de darme cuenta de que aquello era “otra cosa”. El maître sabía lo que se hacía. Tres camareros perfectamente vestidos atendían con elegancia las mesas. El mantel, que era de tela, estaba impecablemente limpio. Las servilletas, también. Copas y cubiertos guardaban las normas y se me retiró el cenicero en cuanto apagué el primer cigarrillo. Durante toda la comida se me atendió como si estuviera en un restaurante de lujo, o en uno de esos restaurantes familiares económicos, tan frecuentes en Francia, pero tan difíciles de encontrar aquí. El menú resultó abundante y cuidada. Buenos productos, ausencia de grasas y esmero en la presentación. Uno podía definir exactamente la composición de los platos y esa composición era justa. A la hora de la cuenta –sólo había fallado el vino de la casa, que podría ser sustituido por otro mejor sin alterar el presupuesto- pensé que acababa de comer en uno de los mejores restaurantes de Madrid, si consideraba la relación entre precio, calidad y esmero en el servicio. Una auténtica sorpresa. Lo que debería ser la norma se ha convertido en una sorpresa capaz de emocionar –por su rareza- al comensal. Cuando uno se extraña de que por poco dinero lo traten con dignidad es que algo huele a podrido en Dinamarca, esta Dinamarca en que vivimos, que no es un país precisamente opulento, mal que nos pese”.

**Massimo Galimberti**, *Sobremesa*, nº 37, mayo de 1987.

Esta opinión queda recogida en otras publicaciones como *Club de Gourmets* que no deja de señalar la importancia de una imagen de conjunto que ofrece un país cuya hostelería deja, en estos momentos, mucho que desear. Será pues una demanda colectiva

de las publicaciones especializadas cuya capacidad de análisis y comprensión de la importancia del fenómeno gastronómico como síntoma de modernidad y competitividad más allá del ingreso económico se muestra por encima de la percepción media del resto de la población a juzgar por sus palabras.

De hecho, la cuestión además de pasar por el precio y el servicio pasa por la salud de, al menos, los madrileños. En “Madrid. Comer peligrosamente”<sup>514</sup>, Adolfo Ribas da cuenta de la sordidez, descortesía, cuando no hostilidad de los locales de la capital para con la clientela. Y, por si eso fuera poco, narra las desventuras de los cientos de intoxicados que cada año causa la restauración de la Villa: “nueva cocina epidémica”.

A mediado de 1987 la revista presenta una leve evolución sin duda fruto de la tendencia periodística del momento, en cuanto al mercado de revistas se refiere, aunque continúa sin especificar contenidos agrupados en las habituales secciones que sí mantienen otras revistas. Aunque el tipo de contenido y su ubicación dentro de la revista o ejemplar es siempre la misma, *Sobremesa*, muestra aspectos contradictorios como el anterior en cuanto a diseño periodístico se refiere.

En marzo de este año, bajo la labor de editor que ostenta Massimo Galimberti, Rafael Chirbes deja el cargo de redactor jefe para pasar a ser director de la publicación. Durante el mes de septiembre se altera el orden que hasta ahora venía siendo habitual: las páginas finales, previo librito *Vinoselección*, que están dedicadas a los restaurantes y la actualidad, suben de posición e inauguran el contenido de la revista. “Todo sobre la mesa”, titular bajo el que se agrupan consejos, diccionario, fichas de cata y agenda de ferias y productos, se mantienen al final del grueso que compone la publicación *Sobremesa*.

Como ya he señalado la presencia de cocineros como materia protagonista destacada comienza a ser una realidad. En noviembre la revista anuncia el galardón concedido -y compartido con la revista *Gran Reserva*-, por la Secretaría de Estado de Turismo, la Cofradía de la Buena Mesa y la Academia de Gastronomía. Y durante el mes de diciembre los habituales temas de navidad (cavas, productos especiales, mesas y

---

<sup>514</sup> Revista *Sobremesa*, número 38, junio de 1987, pp. 64-66.

propuestas -la revista incluye dos tipos de menús o mesas en función del presupuesto-) cierran el año.

Enero de 1988 irrumpe con la reestructuración del sumario y con importantes cambios estéticos que sin embargo no alteran la filosofía de la portada: cada ejemplar un alimento (bebida o comida) sirven para ilustrar la portada salvo algunas excepciones como son los números de septiembre y octubre protagonizados por iconos de Barcelona como son las obras de Gaudí y una panorámica de la ciudad con el mar nocturno al fondo. Tras las primeras páginas dedicadas a la actualidad (novedades sobre restaurantes, valoraciones de los mismos -alejados de la crítica habitual con puntuación-, literatura gastronómica, recomendaciones musicales -novedad- y el anuncio de nuevos vinos), la publicación continúa con su género predilecto, el reportaje de investigación, extenso y con abundante material gráfico que supone el cierre de cada tema abordado. Durante este 1988, el plátano, el azafrán, el whisky de malta, viñedos dispares, la irrupción de los vinos de Madrid, el aceite de oliva virgen extra de la Sierra de Segura, los rosados de Navarra, especial sobre los mejores vinos blancos, los vinos de Cataluña..., son los productos a los que dedica mayor atención. En cada ejemplar también se incluye un reportaje de corte turístico, como viene siendo habitual. Y el recetario continúa muy presente, siendo una de las principales banderas de la publicación. Recetas elaboradas en locales destacados y que no se corresponden con el resto de las propuestas que abordan las revistas de cocina habituales. Como son las



Sumario del mes de febrero de 1988, *Sobremesa* N° 47.

propuestas que abordan las revistas de cocina habituales. Como son las

mesas de cata (vinos, cervezas, espirituosos, alimentos envasados que disecciona en beneficio del lector).

*Sobremesa*, que ahora asciende a 375 pesetas, continúa sin renunciar a la que ha sido hasta ahora su filosofía: y es desgranar la actualidad del sector agroalimentario. Durante este año continúan las noticias sobre el sitio, transcendencia o lugar que representan los alimentos españoles en el nuevo escenario europeo. El número de febrero titula “Alimentos de España, lejos de Europa” en el que recoge lo que ya venía señalando la publicación de Galimberti al respecto: cuando se cumplen dos años del ingreso de España en el Mercado Común Europeo y con la fecha de 1992 para la unificación del mercado europeo de alimentos y bebidas, nuestro país continúa distando mucho de la regulación que para la seguridad y beneficio de todos demuestran otros países. *Sobremesa* se queja de la desinformación, los malos etiquetajes, la oferta monótona y reiterativa del mercado interior, la falta de garantías sanitarias, el (¡todavía!) gato por liebre, el fraude<sup>515</sup>... En este sentido, la revista analiza con detalle la situación de varios de los productos de consumo básico o habitual dentro de nuestras fronteras, sobre los que más lagunas pesan en esos momentos (patatas, legumbres, aceite, el jamón, los quesos, son algunos ejemplos). La conclusión del examen es clara: hace falta clasificación de tipos, indicación de procedencias, fechas de envasado y caducidad, ingredientes exactos, origen del producto enlatado, etc. Por tanto, queda mucho trabajo por hacer tanto en el producto como en transparencia y comunicación porque de la lectura de este texto concreto también se extrae la reincidente valoración positiva que los españoles reciben los productos foráneos (sean cuales sean, sean como sean). Con el testimonio de un ex alto cargo del INDO (Instituto Español de Denominación de Origen) se detallan las causas de esta percepción y es que asegura que hasta la fecha “[...] el consumidor español ha sido sistemáticamente maltratado a base de darle pésima calidad: lo malo era lo que se quedaba aquí, lo bueno, lo que salía en barco con destino a un puerto del norte de Europa. El productor español ha sido casi siempre más partidario de exportar materias primas que de elaborarlas y comercializarlas él mismo. La mitad de

---

<sup>515</sup> Revista *Sobremesa*, número 45, febrero de 1988, pp. 22-29.

lo que se produce en la Península es exportado a granel. [...]”<sup>516</sup>. Estas palabras nos



El Bodegón de Alberto Schommer.  
*Sobremesa* N° 44, enero de 1988.

sirven para apuntar la evolución que desde entonces se ha registrado en el sector; nada que ver con la situación que ahora experimentan las empresas nacionales que desde hace tiempo se han modernizado y han ampliado sus mercados. En cualquier caso esta es la panorámica del momento; la misma aparecerá con más o menos frecuencia señalada en estas páginas.

Noticias sobre congresos o citas que comienzan a ser tan habituales como esperadas caso de Alimentaria, por ejemplo, consolidado durante este año y considerado como uno de los primeros del mundo en su género-.

La restauración sigue encontrando su hueco y cada mes se ofrece un reportaje de alguno de los restaurantes –nacional o extranjero- dignos de mención. Continúan igualmente los bodegones de Schommer, las recetas inmorales de Manuel Vázquez Montalbán, y la conexión turismo-gastronomía en muchos de los textos publicados. Los cambios de diseño se deben al trabajo de Nebot y Artime & Capell. La revista indicará en varios números la procedencia de parte de los documentos que han servido para elaborar, por ejemplo, informes o reportajes. Asimismo en el editorial del mes de enero Galimberti justifica la subida del precio de la publicación por el cambio de imprenta, el aumento de la calidad de la revista y el cambio de papel<sup>517</sup> además del aumento en el número de colaboradores a los que costea viajes y visitas, (también explica que durante dos años se

<sup>516</sup> Ibid.

<sup>517</sup> Mantiene el número de páginas que oscila según el mes o el ejemplar entre las 70-90, horquilla habitual, aunque hay ejemplares que llegan hasta las 100 páginas, en los mismos se aprecia un ligero incremento de publicidad pero también de contenido informativo o divulgativo.

había resistido a subirlo aunque la inflación del país había contribuido a incrementar el coste de producción de la revista).

La revista se muestra desde su origen comprometida con el público lector, y, además de publicar en “Todo sobre la mesa” textos variados sobre locales emblemáticos de corte histórico, ofrece información de primera mano sobre restaurantes y cartas: estos textos se corresponden con la visita al local correspondiente, y las valoraciones aparecen alejadas de la habitual complacencia de hoy. *Sobremesa*, por ejemplo, ha demostrado su predilección por determinados locales pero no duda en señalar tanto las mejoras en carta y servicios, como los defectos, vicios o confusiones que, a modo de tirón de oreja, el restaurador debería tener en cuenta pues cada comentario está razonablemente argumentado<sup>518</sup>.

La cifra de colaboradores es tan amplia como variada, pero sin duda José Carlos Capel aparece ya como una de las más solventes en el terreno gastronómico. El propio periodista en esta década de los ochenta representa cierta evolución al ofrecer riquísimos textos en los que esa investigación que le caracteriza establece otras interesantes conexiones siempre con la gastronomía como matriz del texto<sup>519</sup> con destreza o habilidad, un estilo depurado y característico.

A estas alturas la calidad de la revista es manifiesta y la convierten una cabecera afianzada y segura, capaz de satisfacer la curiosidad del gastrónomo aficionado en cuya construcción gastrointelectual está participando. Publicidad perfectamente identificada, grandes reportajes, amplia cobertura gráfica, profusión de recetas, grandes firmas y la ya imprescindible Mesa de Cata en la que se disecciona el mundo del vino con lo que parece ante mis ojos honestidad resumen las características de la revista, en la que todavía no se ha instalado con holgura la imagen de los cocineros, pero en la que su mención

---

<sup>518</sup> Así pasa por ejemplo con la llamada de atención a la Gastroteca de Stéphane y Arturo durante 1988, reconocido local del que la revista se ha mostrado a favor y que, sin embargo, a raíz de la presentación de una cambio de temporada que no está a la altura de lo que hasta ese momento había sido la cocina del restaurante, por lo que la revista no esconde su descontento. Sobre los vinos en el mismo establecimiento que fueron una de sus notas de distinción: la selección y calidad de los mismos permanece impecable, nada que objetar por parte de la publicación.

<sup>519</sup> Pueden citarse varios de los textos que durante este año publica el periodista en la revista pero un buen ejemplo puede ser el aparecido en el número 47 del mes de abril titulado “De lo cocido a lo crudo”, donde ingredientes y recetas explican la propia evolución de la cocina y los perfiles sociales de quienes la consumen.



específica y el reportaje correspondiente que le acompaña se está configurando a través del espacio destacado, todavía irregular, que la revista le concede.

En la década de los noventa, en realidad desde finales de los ochenta para ser precisos, surgen voces críticas que comienzan a señalar como la moda o tendencia gastronómica están sustituyendo la pasión culinaria por la cantidad de la masa alimenticia que componen los platos<sup>520</sup>. Reducir la cantidad de comida es sin duda un notable síntoma de civilización que no tiene nada que ver con que, efectivamente, algunos locales y sus responsables hayan abusado de este hecho de la reducción. Este debate, incluso abierta confrontación entre dos corrientes divididas por su forma de entender la cocina, no ha hecho más que comenzar, y no sería justo dejarlo pasar por este trabajo sin argumentar que este hecho de culturizar el acto alimenticio haciéndole crecer o no dejándolo estar en el inmovilismo es lo que nos lleva a poder considerar la cocina como un acto cultural dimensionado por el hombre.

Durante este periodo la publicación refleja su malestar por la soberbia que domina sobre maîtres y sumilleres, sobre todo los “estrellados” que ante novatos clientes parecen molestarse porque no conocen la carta de antemano. La lucha por la profesionalización de salas y locales es continúa así como el empeño en transmitir al público lector que demuestre su descontento si el vino o el plato no son lo que prometían.

Hasta ahora la publicación no ha dejado de prestar atención a las características de productos y cocinas –en esos reportajes especiales sobre locales que comienzan a tener cierta periodicidad- con misión divulgativa y con el afán de hacer cocinar –no hay que olvidar la selección temática de recetas que incluye cada número- y beber con responsabilidad al público lector.

Una nueva subida en el precio de la revista, que redondea su precio a 400 pesetas, marca el comienzo del final de una década. Vinos del Bierzo, Portugal, tintos de

---

<sup>520</sup> A este respecto Alejandro Gándara es uno de los colaboradores que se muestra tajante precisamente a favor de ese regreso a la cantidad en lo que creo es una mala interpretación por su parte, o intencionado y único enfoque, sobre las novedades y acontecimientos de la cocina española en estos momentos. “Cantidad, no calidad”, por Alejandro Gándara. Revista *Sobremesa*, número 51 de 1988

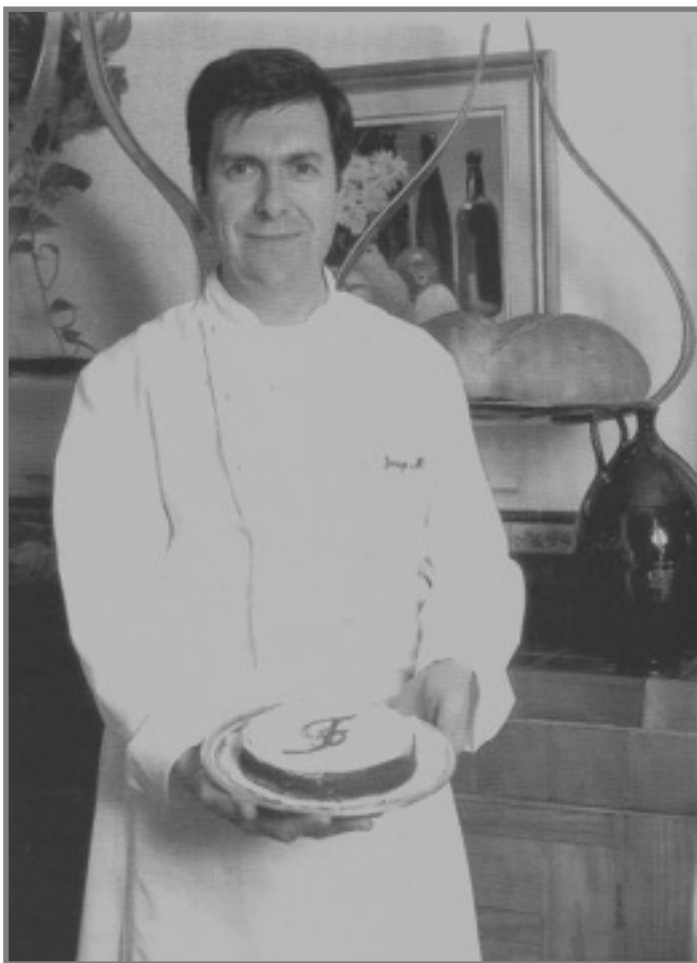
Yecla, vinos del Ampurdán, y el especial que se repite todos los meses a finales de año bajo el, a estas alturas, clásico titular “El vino que vine”, junto a la disección de productos junto a una selección de recetas de jabalí, faisán, la sal, diferentes variedades de queso, el arroz, un especial sobre la trucha, el vermouth, o los pescados azules, son los temas destacados este año. En cuanto a los reportajes turísticos: Nueva Orleans, Aviñón, Finlandia, Sigüenza, Teruel, Ibiza, Córdoba, Guetaria y La Coruña, entre otros, más un especial verano lleno de destinos turísticos y propuestas –literatura, cine, arte, música, teatro- para disfrutar el periodo estival, con especial atención a lo gastronómico completan 1989. Tras cada ejemplar *Vinoselección*, la selección de productos para los miembros del club a precios interesantes; como novedad destaca el perfeccionamiento en la ficha de descripción del producto así como su presentación. Sin duda la revista está captando con anticipación la tendencia estética que predominará durante la siguiente década, donde el bodegón expositivo queda atrás para dejar que productos y emplatados hablen por sí mismos.

Como viene siendo habitual desde la desaparición de Arquestrato –equipo que desde la fundación de la revista se encargaba de realizar la crítica gastronómica- viene firmada por diferentes nombres en “A la carta” donde la revista publica las valoraciones de los restaurantes visitados por sus enviados.

En materia de vinos, la publicación ofrece interesantes artículos que sirven para tomar el pulso al mercado de vino español así como al interés del consumidor, pero también del importador, sobre vinos producidos fuera de nuestras fronteras. Variedades disponibles, dificultades para encontrar vinos extranjeros o incluso rarezas nacionales, enotecas o bodegas dignas de mención donde las referencias merecen una visita por características, procedencias, precio, etc. No obstante, atrás van quedando el tipo de artículos que de manera pormenorizada disecciona las complejidades de la cata; el lector habitual de *Sobremesa* a la fuerza ha tenido que ir formándose en este sentido y la revista parece ser consciente de este hecho así como de la repetición o coincidencia que durante este periodo ha surgido entre las publicaciones similares. El hecho de que los textos se aborden ahora con un estilo más directo, alejando ya los tecnicismos y sus explicaciones, pero sin renunciar al vocabulario propio del ámbito sensorial, hacen suponer la evolución de público y revista. Durante este mismo año los responsables de la

mesa de cata serán Jesús Flores, José Luis González Cledera y Juan Manuel Ibáñez. La redacción de la revista pasa a realizarse en la madrileña calle Bravo Murillo.

Entrada la década de los noventa, próxima la Expo 92, la revista realiza un acercamiento al continente Latinoamericano. Las uvas blancas europeas aparecen con frecuencia; durante años olvidados ganan protagonismo así como las uvas blancas nacionales. Sigue la tendencia a dedicar cada número a un producto concreto, y sigue creciendo eso de la “moda gastronómica” a cuya vera surge una hueste de gourmets que tergiversan el placer momentáneo de la comida. Sobremesa no elude el tema durante estos meses y en sus editoriales comenta este hecho apostando por la libertad en detrimento del catecismo. He de subrayar la coherencia de la



Josep María Freixa. Revista *Sobremesa*, número 86, noviembre de 1991.

línea editorial con el contenido pues sus propuestas siempre tratan de abrir la mente al lector proponiéndole la búsqueda de contrastes o la complementariedad.

Si la década de los ochenta fue el periodo de la apertura pública de la cocina española, el noventa aparece como la década de las estrellas y el éxito de crítica y público. El despertar nacional ha sido posible gracias a la ruptura que supuso el movimiento de la nueva cocina vasca y su proyección hacia otras regiones, como Madrid y Cataluña, y también a la democratización cultural de la sociedad española.

El lujo y su geometría capturará la atención de la revista en distintas ocasiones; un tema que también es frecuente en Gran Reserva y que sin duda aflora con cierta periodicidad al hilo de esa tergiversación gastronómica y su moda. Tras el consumo y el derroche, tras la ostentación y el lujo, se esconde la voluntad de afirmación social.

*Sobremesa* abordará también la cuestión del relevo generacional de cocineros – frente a los cientos de escuelas de hostelería que en este periodo imparten sus clases en la vecina Francia, donde se ha venido prestando más atención al hecho gastronómico, España ronda poco más de veinte según los datos que maneja la publicación-. A cuatro jóvenes promesas de la cocina dedicará el número 76 del mes de diciembre de 1990, páginas que vienen a suscribir la afirmación anterior sobre la presencia de cocineros en la revista; tendencia que a partir de 1991 irá en aumento. Estas jóvenes promesas con las que la revista despide 1990 son: Juan González, del Restaurante Atrio (Cáceres), quien con “la traducción al lenguaje actual del recetario tradicional basado en la despensa extremeña”<sup>521</sup> representa el escaparate de lo que para la revista estima será la nueva cocina española e internacional ; Mikel Bermejo mano derecha de Arguiñano y responsable de la cocina del restaurante que el maestro de los fogones mantiene en Zarauz (Guipuzcoa), ganador del tercer puesto del último Campeonato de España de Cocineros –“productos básicos y el respeto a las raíces son los dos grandes pies en los que ese apoya su manera de entender la cocina”<sup>522</sup>–; Antonio Ortega, Restaurante Príncipe y Serrano (Madrid), “cocina moderna aplicada a todo tipo de productos de mercado y de temporada”<sup>523</sup>; y, Joaquín Marqués, Restaurante Nostromo (Barcelona), perteneciente a la primera promoción de la Escuela de Hostelería y Restauración de Barcelona, este chef ha pasado por los grandes establecimientos del momento y defiende una cocina marcada por la estación del año que realce el sabor de la materia prima y no lo enmascare.<sup>524</sup>

---

<sup>521</sup> Revista *Sobremesa*, número 70, diciembre 1990, p. 46.

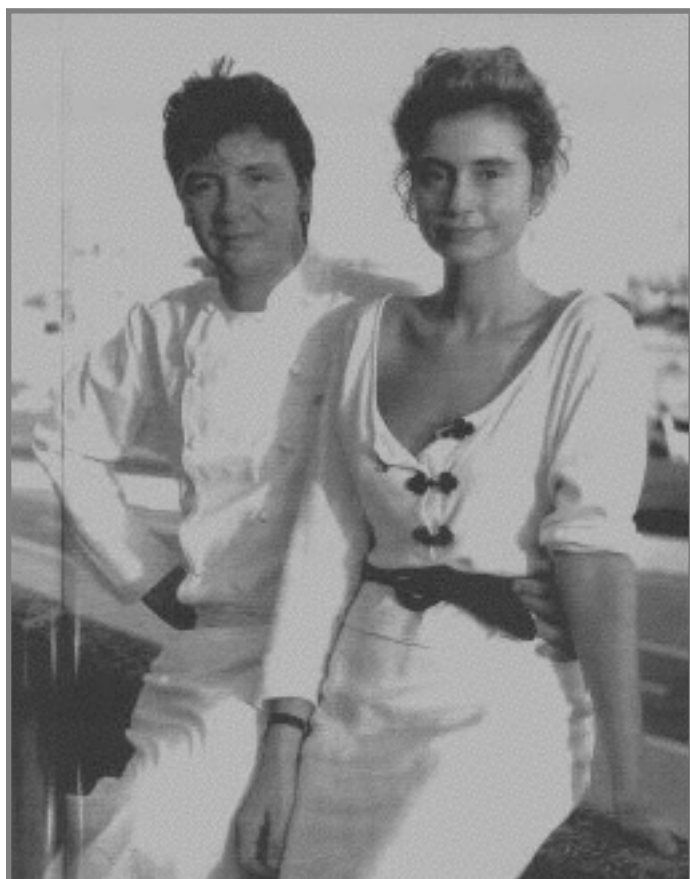
<sup>522</sup> Ibid., p. 50.

<sup>523</sup> Ibid., p. 54.

<sup>524</sup> Ibid., p. 58.

Este número de diciembre, dirigido ya por José Ramón Martínez Peiró, también trae dos cuentos de navidad firmados por Manuel Vázquez Montalbán –que ha concluido sus relatos inmorales- y Antonio Muñoz Molina, e incluye en Mesa de Cata, la selección de realizada por el equipo de cata de cara la Navidad centrada en seis tintos españoles.

En 1991 es ya una evidencia que los productos viajan sin problemas de un extremo al otro del mundo y esto se refleja en la cocina que se paseará por la publicación. Las frutas exóticas comienzan a instalarse en el menú, también los productos caros que son tan admirados como cuestionados. La influencia de la cocina japonesa que pronto será perceptible en otras cartas de restaurantes, en principio, alejados de la culinaria nipona encuentra este año el hilo conductor: contraste de sabores que sin embargo permanecen en armonía, estética sencilla que esconde esfuerzo y trabajo, y el estado anímico que confieren sus platos pronto serán protagonistas y guiarán otras cocinas.



El cocinero Koldo Royo y su mujer posan para el número 78 de la revista *Sobremesa*. Febrero de 1991.

Siguiendo con la preocupación sobre relevos y estilos de cocina, *Sobremesa* pondrá el punto de atención sobre las propuestas de los cocineros, ya una mención por mes prácticamente, a los que exigirá originalidad, palabra que está en boca de todos los críticos del momento, pero también personalidad. El mercado se hace eco de las propuestas de chefs destacados y son reproducidas sin la gracia o el tino original. Incluso los más osados reinterpretan pero para mal. La revista mantendrá la línea gastronómica editorial en la que se aconseja el equilibrio entre la proporción y el criterio –base al

conocimiento, formación o profesionalidad- de ingredientes y elaboración de recetas. También muestra su preocupación por las fórmulas de explotación de los recursos con los que alimentar el planeta. El venado, las frutas exóticas, los quesos de la zona de Liébana; catas de Riojas Reserva 1982, vinos de Rueda, especial vino y madera; té, jamón, pularadas y capones; las fresas; Txacolí, Albariño, sidras, pescados y mariscos son los aromas del verano de 1991. El otoño en cambio trae el aroma de los vinos de Jérez, los asados, las setas y de la fiebre de la burbuja –vinos de segunda fermentación que da lugar a vinos espumosos a los que la publicación da la bienvenida y observa con moderación pues a su juicio a pesar de haber salido a la venta su juicio indica que no han superado la fase de experimentación. Para Galimberti tras el Champagne y el Cava catalán hay muchos años de trabajo y sabiduría que los artífices de esta nueva metodología debería tener en cuenta<sup>525</sup>.

Christian Constant (Restaurante Les Ambassadeurs de París); Koldo Royo (restaurante del mismo nombre inaugurado en 1989); Tomás Herranz (Restaurante El Cenador del Prado, hoy desaparecido pero durante tiempo símbolo de la desenfadada movida madrileña); Juan González (Restaurante Atrio de Cáceres); José María Egaña (Restaurante Egaña-Oriza de Sevilla); Josep María Freixa (Restaurante El Racó d'en Freixa en Barcelona); y Restaurantes como Suntory –desaparecido en 2008-, son objeto de atención de la revista que dedica a lo largo del año textos sobre los mismos.

Desde hace unos meses las críticas gastronómicas reducen sus selecciones, ahora aparecen entre dos y cuatro críticas con distinta firma. El reportaje turístico se mantiene.

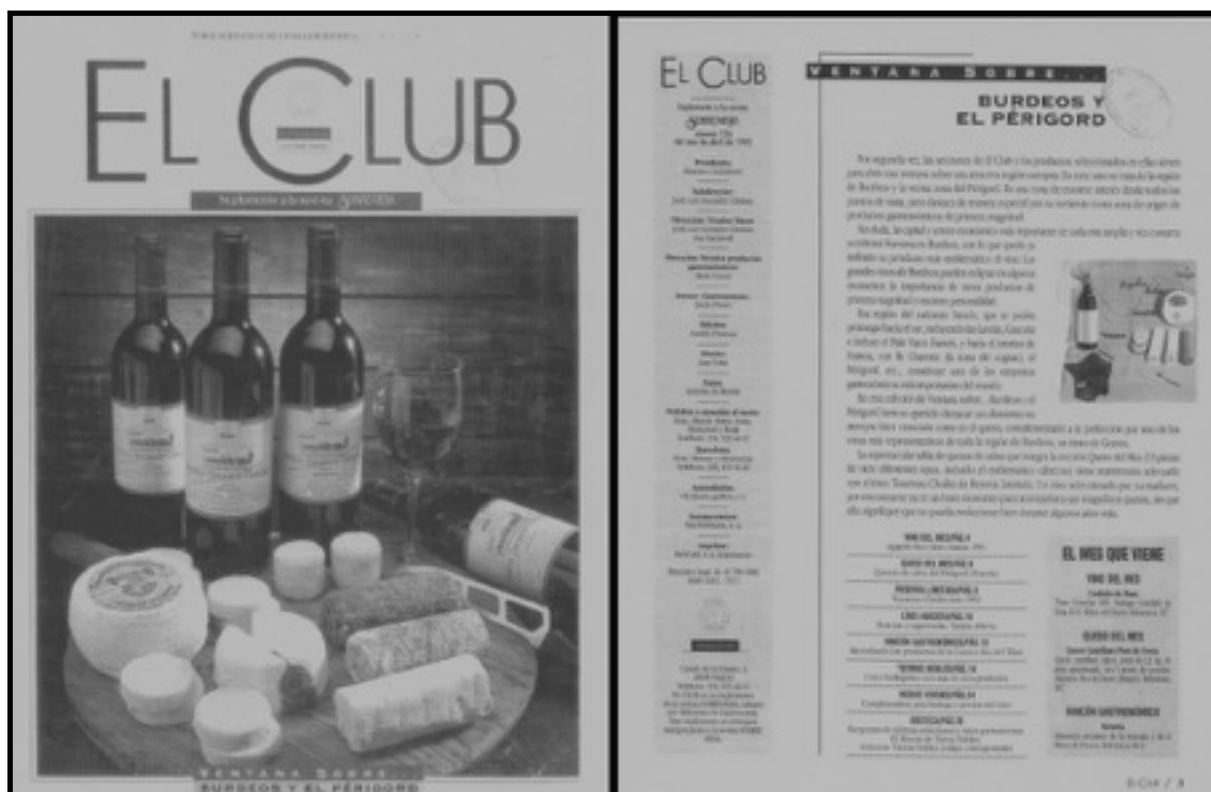
En 1992 Ediciones de Gastronomía S.A. editará la revista *Sobremesa, El Club*, revista mensual titulada “Suplemento a la revista *Sobremesa*”, publicación que recoge la selección de productos que cada mes realizaba la revista a través de *Vinoselección*. El primer número de *El Club* se publica en el mes de marzo y se incluye en *Sobremesa* sustituyendo las clásicas páginas de *Vinoselección*; en mayo aparecen ambas –revista y catálogo de productos- definitivamente por separado.

---

<sup>525</sup> Revista *Sobremesa*, número 84 de septiembre de 1991.



Este mismo año con motivo de la exposición universal de Sevilla, *Sobremesa*, que sale al precio de 500 pesetas por ejemplar, dedicará un número especial a la ciudad que acoge el evento. El número 91, publicado en el mes de abril<sup>526</sup> realiza un recorrido por el ayer y hoy de la ciudad en el que participan Antonio Gala (perfil sobre la capital



andaluza), Rafael Chirbes (ofrece un recorrido por la ciudad y su innovación), Lorenzo Díaz (el surrealismo puro de Sevilla con el Loco de la Colina –Jesús Quintero–), José Carrasco y el flamenco, José Carlos Capel (gastronomía sevillana), Pedro Romero de Solís y el culto a la taberna y la tapa, Víctor Rodríguez (“El milagro del sol”, vinos), un texto firmado por la redacción que recoge lo mejor de los vinos andaluces. El especial Sevilla 92, incluye además una guía especial para “gourmets expo” además de reflejar la representación culinaria que podrá esperar el visitante por parte de los pabellones de las diferentes regiones de España.

<sup>526</sup> Este es un número especial y su contenido abarca desde el mes de abril hasta octubre. La publicación repetirá igual formato para el especial Olimpiadas 92, publicado en julio-agosto.



A pesar de lo que parece ser un buen año, la revista hablará durante esto once meses de una crisis que comienza a sentirse en los restaurantes de más de cuatro mil pesetas; la revista pide a los empresarios de la restauración, cocineros o simples inversores, que se sienten a reflexionar sobre los precios, y a los que aconseja sustituir el precio de algunas materias primas por imaginación y trabajo en la cocina antes que empeñarse en sostener lo insostenible.

Con motivo de las olimpiadas, sale otra edición especial durante los meses centrales del verano, julio y agosto.

En cuanto a productos abordados caben destacar dos textos en especial el de Cristino Álvarez sobre la sardina titulado “La Reina de los Mares”, publicado en el mes de junio, y el de José Carlos Capel titulado “La Vía Láctea” en el mes de septiembre en el que el crítico gastronómico recorre la historia de la leche y sus posibilidades en la cocina; tras el texto, el imprescindible recetario en el que comienza a colaborar el restaurante El Olivo. Y tan sólo un chef llama la atención de la revista que el año anterior destacó seis nombres. Se trata de Jesús Santos que de Goizeko Kabi (Bilbao) pasa a Madrid con Gaztelubide. El chef de origen leonés formado entre otros por Manolo Mella, del que reconoce más ha aprendido; el chef realiza una cocina creativa que comienza a mirar frutas y verduras para crear platos ligeros que desde su punto de vista constituyen el futuro culinario que vendrá<sup>527</sup>. Las algas serán objeto de atención a partir de la segunda mitad de los años noventa.

Termina el año, clausuradas también las dos grandes fiestas que han acaparado la atención de todo el mundo, con cambios en el cargo de redactor jefe que venía ejerciendo, Constantino Bértolo, quien es sustituido por Llum Quiñonero.

Entre 1993 y 1995 la publicación irrumpe sin cambios. La Mesa de Cata sigue siendo uno de sus puntos fuertes junto al reportaje sobre productos y el recetario selecto y original elaborado con motivo del reportaje elaborado.

Cervezas de Bélgica, el mar, sus productos, el petrolero hundido en Torre de Hércules (La Coruña), quesos de Saboya, el bacalao, langosta, pimentón, cocina pekinesa,

---

<sup>527</sup> Revista *Sobremesa*, número 97, noviembre de 1992, pp. 38-42.

marisco, pimientos del piquillo, la cocina de Madrid, la del toro de lidia, la de verano, pinchos y banderillas... Vinos de Mosela, anises dulces, los vinos de Montalcino, el Palomino, blancos fermentados en madera, vinos de Australia... son algunos de las catas y tipos de vino analizados.

Las recetas están elaboradas por el Restaurante El Olivo. La publicación mantiene el número medio de páginas y en noticias se incluyen pequeños destacados con novedades del mercado y actualidad gastronómica. Chefs destacados durante este periodo a los que entrevista o sobre los que realiza un reportaje la publicación son: Paul Huyart (Restaurante Élysée Lenôtre); Marjan Lesnik (chef de origen esloveno y jefe de cocina del Hotel Calridge's en Londres); Ramón Gallego (Restaurante La Cava Real donde el enólogo y miembro de la Mesa de Cata de la revista, Jesús Flores, ejerce como responsable de la bodega); Pitila Mosquera, responsable del restaurante Sacha, una de las primeras mujeres ilustradas que dirigen en este periodo un restaurante en España.

En cuanto a reportajes sobre restaurantes, es decir, aquellos en los que el peso lo tiene la cocina y no tanto el profesional que la realiza y que casi siempre tienen por protagonistas a propietarios-gestores, la revista continúa publicándolos con intermitencias.

Las paginas de "A la carta" sirven ahora para además de la crítica gastronómica, para destacar una selección de vinos o de restaurantes –según el caso- que la publicación considera hay que conocer o visitar. La revista incluirá durante los años noventa



Pitila Mosquera, nº 120 de la revista *Sobremesa*, 1994.

entrevistas a personajes alejados aparentemente de la gastronomía: literatos como Antonio Muñoz Molina, Juan Marsé, José Saramago, Francisco Umbral y Terenci Moix; a los periodistas Pedro J. Ramírez, Iñaki Gabilondo, Luis del Olmo, Carlos Herrera; o al cantante Antón Reixa, las actrices Charo López y Maribel Verdú, etc.

En el mes de febrero *Sobremesa* edita un número especial con motivo de los cien números que la publicación lleva realizados. En el mismo, además de reflejar el ambiente festivo de la celebración, se analiza el presente y futuro del vino español, ofreciendo el recorrido y las transformaciones ocurridas durante los últimos.

Es justo este periodo en el que la revista presta atención más allá del editorial a la “gastrotecnia”, (la compleja mezcla de física y química de la cocina). El sifón culinario, para muchos “el sifón galáctico” entra en escena.

El premio periodístico que convocó la publicación con motivo del Quinto Centenario recae sobre Enrique Lafourcade y su trabajo *El vino en la poesía de tres poetas de las indias*. Texto que publica la revista en su número de diciembre de 1993. Este año, la mesa de cata estará formada con distinta participación, según el ejemplar, por Jesús Flores, José Luis González Cledera, Custodio L. Zamorra, Martine Beaulier y Ana Sandoval.

Hasta el momento la publicación ha abordado desde un punto de vista amplio y plural los distintos aspectos que conforman el hecho gastronómico del que resulta imposible desvincular el vino. *Sobremesa* ha venido ilustrando los mejores productos y analizando los vinos más destacados en función de su territorio y variedades contribuyendo así a ofrecer una imagen de la mesa como un punto de encuentro social y cultural.

En estos momentos y durante los próximos años se levantarán voces en contra de la “nueva cocina” al tiempo que el sector hostelero se va recuperando a pesar de los cierres de restaurantes que se registrarán. Se contraponen discursos entre la sofisticación intelectual, las reflexiones alimenticias y la alta cocina de corte tradicional. La revista recogerá durante toda la década de los noventa, a través de varios artículos de opinión, el enfrentamiento entre la cocina sencilla o mejor dicho franca, aquella que

magistralmente tratada y realzando la pureza del producto se presenta ante nuestros ojos con sinceridad, sin disfraces; frente a esa otra cocina que parece no entender una generación que no deja de insistir en que esa nueva cocina, con su lenguaje nuevo, no es más que mera extravagancia. Es esta un periodo complejo en lo culinario, en el que los detractores del movimiento iniciado por Paul Bocuse mezclan en sus valoraciones lo reducido de las raciones, lo desorbitado de sus precios, la confusión de los ingredientes y la engolada postura del ritual. Definitivamente estamos ante el cruce de caminos de dos mundos distintos que las voces más críticas enfrentan constantemente como si fuesen enemigos. La crítica gastronómica, ejercida con seguridad, rigor y un necesario distanciamiento de región, chef y estilo, esto es sin influencias o favoritismos o inclinaciones por una u otra cocina, refleja muy bien este periodo de entretiempos. Y en esa línea están las recetas que viene ofreciendo la revista, las cuales recogen la tradición para evolucionarla<sup>528</sup>. Por las páginas de *Sobremesa* pasean restaurantes de corte tradicional, sofisticados “con menús cerrados a precios prohibitivos” e híbridos, sin duda, los más interesantes en los que se trabaja con altura e integrando exóticos o desconocidos productos de mercado, algo a lo que la publicación se refiere como “revolución de terciopelo”<sup>529</sup>. En lo que concierne al vino se recuperan grandes jereces, oportos, vinos dulces y dorados licores –sauternes bordeleses, tokáys húngaros, dulces alsacianos y botrytizados alemanes de vendimia tardía- que recogerán las cartas de los restaurantes. Como es lógico también el tema de la tecnología en la cocina encuentra hueco con textos que abordan las complejas transformaciones físico-químicas de la cocina; y las nuevas formas de comer donde los valores nutricionales y la dieta condicionan al comensal de ciudad, principalmente. Todo eso junto al cada vez más potente industria agroalimentaria y al engranaje culinario incipiente que está dando lugar al “nuevo gourmet”. Las verduras aumentan considerablemente el número de menciones durante los primeros años de los noventa; su empleo y protagonismo crecerá espectacularmente desde mediados de los noventa.

---

<sup>528</sup> Así ocurre por poner algún ejemplo cuando Cristino Álvarez explica el bacalao, un texto publicado en 1993, al que le acompañan recetas elaboradas por el restaurante El Olivo: bacalao sobre espinacas con mousse de patata y ajo, bacalao al pil-pil y ensalada de bacalao ahumado, son el intermedio entre dos mundos. O el texto sobre la mesa del verano, tema que suele recaer en las hábiles manos de José Carlos Capel, donde se ofrecen jugosas y refrescantes ensaladas en las que se incorpora fruta exótica, carpaccios y aceites y vinagres de alta calidad, también de ese mismo año.

<sup>529</sup> Revista *Sobremesa*, número 104, junio de 1993, Editorial.

El reportaje de corte turístico, esa gran apuesta en la que el estilo, la selección y profundidad temática se ha convertido a estas alturas en una de las principales características de la publicación junto a los reportajes de productos –y sus recetas- y el conocimiento sobre el mundo del vino, ocupan en cada número buena parte de las páginas. La calidad y preponderancia de la fotografía ha ido en aumento durante los años ochenta y en los noventa es una clara tendencia de la revista. La evolución del propio Antonio de Benito, fotógrafo de la revista, es vertiginosa. En cuanto a la tipografía, la revista ha venido manteniendo la estética tipográfica de manera general y textos en columnas; aspectos que transgrede, de vez en cuando, aplicando contorneados a los textos, que a veces concuerdan con el dadaísmo -serán las menores-. Reportajes y artículos llevarán entradilla, que se diluye en algunos reportajes sobre los que entra directamente en materia<sup>530</sup>.

Las entonces muy nuevas potencias del vino (California, Australia y Sudáfrica) comienzan a sonar. Fuertes inversiones junto a investigación vitivinícola dan sus frutos y estos vinos comienzan, a mediados de los noventa, a oírse en boca de los expertos. También se alzan las primeras voces procedentes del mundo de la cocina –con el gremio que ejerce en la región catalana a la cabeza- que solicita el apoyo de la Administración para mantener el patrimonio cultural de la gastronomía vivo. El cocinero Santi Santamaría será uno de ellos<sup>531</sup>. En este sentido viene trabajando la revista para la que la cocina y el gusto no son ni don ni patrimonio de una determinada clase social. Su constante búsqueda de temas –cuyas matrices comienzan a repetirse pero cuyos textos resultan sorprendentemente estimulantes y novedosos- no persiguen más que despertar los sentidos del lector abriendo ante sus ojos las mil y unas posibilidades de la mesa.

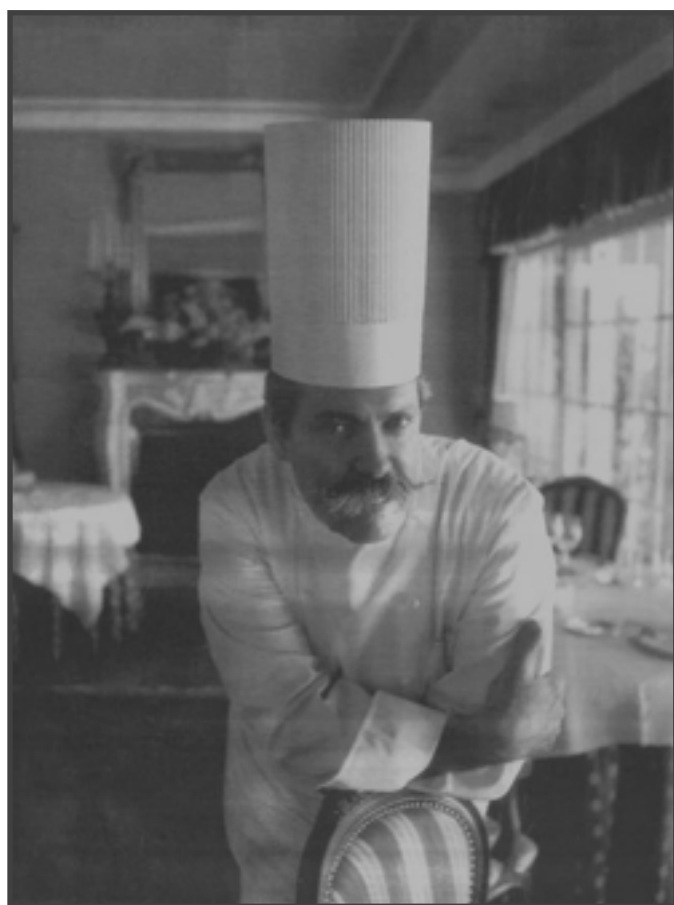
A mitad de los noventa también se registra un nuevo aumento en el precio de la revista que ahora asciende a las 575 pesetas. De 1995 en adelante la publicación aborda los grandes periodos de la cocina en el mundo; el texto de corte histórico reaparece tras algunos años de ausencia que fueron sustituidos por las novedades culinarias y el debate

<sup>530</sup> Como ocurre por ejemplo en el número 127 del mes de julio en el que un reportaje sobre la cocina de verano se presenta con el primer párrafo del texto redactado algo más destacado a través del cuerpo de letra sobre el resto que compone el reportaje.

<sup>531</sup> Revista *Sobremesa*, número 121, enero de 1995, p. 63. Breve texto destacado a raíz del II Congreso Catalán de Cocina.

tradición-nueva cocina, temas que se mantendrán a lo largo de los noventa pero no así cuando se produzca el cambio de siglo. La portada se realizará mediante juegos de composición evolucionados con respecto a los anteriores números publicados; el producto que sigue dominando cada número aparece hacia finales de los noventa con el brillo característico de un papel de calidad superior.

Pedro García y su equipo (Restaurante Hotel-Balneario Puente Viesgo); Antonio Ferrer (Restaurante Castell Palau D'Orriols); Salvador Gallego (El Cenador de Salvador);



Salvador Gallego. Revista *Sobremesa*, número 125, junio de 1995.

El Bulli, Adrià<sup>532</sup>; las cocinas de Juan Mari Arzak –la gran cocina vasca envuelta en modernidad-, Benjamín Urdiain de Zalacaín –maridaje entre clasicismo y modernidad- y Santi Santamaría –la gran cocina mediterránea universal- con motivo de la navidad de 1995 ofrecen sus menús a la revista (los tres ostentan tres estrellas Michelin<sup>533</sup>); Alain Ducasse (Le Louis XV y Alain Ducasse), Julian Duque (Casa Duque), son algunos de los chefs destacados de finales de siglo XX.

En mayo de 1995, tras varios meses sin que la revista diera cuenta del responsable del equipo de redacción, aparece el nombre de Ángeles Pérez Roa, como Redactora Jefe en

<sup>532</sup> En 1995, con la reconocida competencia y fuerza de la cocina de El Bulli, la revista publica un texto que se ubica en las páginas finales de la publicación, concretamente en “Todo sobre la Mesa”, número 128, septiembre 1995. Pese a haber revisado prácticamente toda la cabecera desde su origen, han faltado algunos números de 1996 y 1997 importantes a este respecto, en los que es muy posible apareciese en algún momento el chef catalán y su restaurante que ya ostenta estrellas Michelin en 1997 conseguirá la tercera estrella para el restaurante ahora de su propiedad.

<sup>533</sup> Restaurantes Arzak, Racó de Can Fabes y Zalacaín, respectivamente.



sustitución de Llum Quiñonero. Las páginas dedicadas a breves y noticias aumenta ligeramente, así como la presencia de destacados sobre automoción, agrupados en novedades, de los que se ofrecen detalles en las páginas finales de la revista agrupadas en un genérico Fuera del Menú. También aumentan las referencias a ediciones de libros gastronómicos que durante los últimos años han proliferado.

Sin que esté en absoluto instalada se percibe con sutileza los aires del cambio. Los progresos realizados durante los años anteriores en la cocina comienzan a dar forma al sueño de Ferran Adrià, reconocido en 1995 como un genio de los fogones capaz de asimilar la tradición sin perder la imaginación que transformará en sorprendentes platos. A estas alturas se habla ya del laboratorio de El Bulli.

Nuevos colaboradores de la revista a la hora de confeccionar recetario serán los restaurantes Cabo Mayor, El Cenador de Salvador y El Mentidero de la Villa. Más tarde se incorpora la participación de Andrés Madrigal (Alborada).

Con motivo del veinticinco aniversario desde la fundación del club de vinos, el editor, Massino Galimberti será objeto de una entrevista. A estas alturas publicación y editor, al que el redactor adjetiva como “italiano romántico”, pueden presumir de un trabajo bien hecho, de haber contribuido al reconocimiento de los vinos españoles a través del club y también con los textos publicados, y de tener a su alrededor firmas solventes y especializadas cuyos cuidados textos constituyen un recorrido histórico por la gastronomía y su evolución. En esta entrevista el editor de *Sobremesa* se queja de un mal que no nos ha abandonado y es el de la independencia; sobre la revista ha planeado la idea de cierta publicidad encubierta, motivo por el cual el suplemento de *Vinoselección* cuya evolución ya se ha reflejado, sale del grueso que compone la revista. Más lejos del reconocimiento, tras esta decisión, planea la profesionalidad que ha sabido desarrollar la publicación venida a más desde la más rudimentaria revista enológica, aquella que nació a raíz de la actividad del club de vinos. De tal modo que Galimberti no duda en denunciar los lobbies que se han configurado en torno a la gastronomía en parte porque no existe una demanda suficiente sobre este tipo de contenidos, lo que sí ocurre en países con mayor tradición gastroperiodística como Francia, Italia, Alemania o Inglaterra: “[...] aquí el periodista tiene que hacer compatible su oficio con llevar las relaciones públicas de un



Consejo, o de un restaurante. [...] Aquí no es fácil dedicarse a la prensa vinícola y ejercer la profesión con plena independencia. Tal vez la culpa sea del público porque si pagara a precio de oro las publicaciones, estos señores, -los periodistas-, podrían ser independientes y solventes”.<sup>534</sup>

En 1998 la revista que cuesta ahora 650 pesetas mantiene la cúpula directiva pero cambia la responsabilidad de la redacción que ahora ejerce Ernesto Portuondo quien también formará parte de la Mesa de Cata. Cristino Álvarez; Jorge Anáiz; José Ramón Ballesteros, Martine Beaulieu; Teresa Bordón; Enrique Caldúch; Lahera; Agustín Cerezales; Isabel Corbacho; José Carlos Capel; Inés Cordón; Rafael Chirbes –continúa colaborando como redactor-; Manuel Julbe; Lorenzo Díaz; José Ramón Ballesteros; Margarita Díaz; Ignacio Fagoaga; Adelaido Gómez Roth; Roberto Gómez; Pablo González; Jean Pierre Ledos; Manuel Martínez Llopis –que también ejerce como asesor de la publicación desde sus orígenes-; Antón Masa; Pablo Nesudat; Alfred Rexach; Máximo Ribas; Manuel Rodríguez Rivero; Alberto Schommer –artífice del bodegón fotográfico-; y aquellos que participan en la Mesa de Cata: Jesús Flores; Andrés Proensa; Fernando Gurrucharri; José Luis González Cledera; Custodio López Zamarra; José R. Martínez Peiró –director de la revista desde 1990-; son algunos de los colaboradores que han ido participando en la última década de la revista.

El fin de siglo concluye con aires optimistas y el asentamiento de la página de corte gastroliterario ‘*Cocktail, Cóctel, coctel*’, en la que mes a mes viene publicándose artículos de distinta autoría. La valoración de los españoles sobre los productos, su apreciación en función de la calidad, el consumo al alza, los restaurantes de primera fila vuelven a registrar salas llenas, proliferan los nuevos establecimientos de todo tipo de modalidades culinarias y el equilibrio cocina-dietética-nutrición están ya muy presentes en las últimas páginas impresas de *Sobremesa*. También la internacionalización del vino. El fenómeno de la globalización conlleva el desarrollo de un mercado global, en el que la elaboración del vino está dando lugar al diseño de vinos que conectan con la demanda de un público internacional.

---

<sup>534</sup> Revista *Sobremesa* número 154, enero de 1998, pp. 12-17.

Durante los próximos años y hasta noviembre de 2007 -año en que el grupo editorial de Vinoselección saca “el magazine del vino y la gastronomía” titulado VS<sup>535</sup>- las portadas continúan dedicadas al producto. El boom de las cocinas exóticas queda recogido en el número 187 de la revista, con un especial titulado Oriente en Madrid. Durante este periodo merece la pena destacar algunos de los temas que centrarán la atención de *Sobremesa* en distintas ocasiones: la renovación culinaria manchega y alicantina; la cocina española, que ha conseguido acaparar la atención internacional, ante el cambio de siglo es objeto de debate entre varios expertos -cocineros y periodistas- citados por la revista<sup>536</sup>; así como el despertar del aceite de oliva virgen extra, de nuevo la acuicultura a la que ya dedicó números con anterioridad, el encarecimiento del vino español; Priorato, “la fiebre del Duero”, Rioja, la revolución de los merlots sustituida ahora por la syrah, españoles, los albariños y los blancos de alta gama, vinos canarios, tintos de Galicia y Navarra, tintos de cooperativa, vinos del Golán, tintos de Monastrell, la ley del *terroir*, Amontillados de Jerez, la venta de vino a través de Internet, la variedad godello comienza su brillo en verano del 2000, la revolución silenciosa de los vinos de Cariñena, Uruguay, ... son escasa representación de las variedades y zonas vitivinícolas seleccionadas por la revista.

Andrés Madrigal y Miguel Ángel Fernández (Restaurante Balzac) elaboran buena parte de las recetas dedicadas al tema protagonista. Más tarde, a partir de 2001, aparecen elaboraciones de Isabel Corbacho y Julio Reoyo. El bodegón de Schommer cambia de página par a impar, y, en general, la estructura de la revista se mantiene; la revista incorpora este mismo año corresponsales ubicados en Argentina y Uruguay. En mayo de 1999 Pepe Barrena firma en la sección “Geografía del sabor” su reportaje “Barra y mesa de película” con el que repasa lo mejor de las relaciones entre cine y gastronomía. Barrena comienza con textos de publicación intermitente pero en 2001 la frecuencia aumenta con textos como “Londres, el roastbeef y el hostelero Michel Caine”, “La Guinness, John Ford y el paisaje de la turba”, “Dalí, Cadaqués y la espardenya” o

---

<sup>535</sup> Se trata de una publicación más sencilla, con un papel de inferior calidad y dirigida al gran público. Un público interesado en la gastronomía pero con menor poder adquisitivo. Su precio será competitivo -1,95 €- y su diseño funcional; en cuanto al contenido será variado y estará formado por textos ligeros pero con visión más amplia o de conjunto sobre la gastronomía que las publicaciones similares centradas sólo o prácticamente en el recetario.

<sup>536</sup> Revista *Sobremesa*, número 167, marzo de 1999, pp. 12-22.

“Hemingway, el Harry’s bar y el Carpaccio”. Más tarde realizará algunos reportajes sobre producto como los elaborados en 2005 sobre el foie gras o las angulas.

La presencia de los cocineros aumenta en este periodo de forma considerable pero continúan formando parte de las páginas interiores de la revista, como tema complementario y no principal; su salto a la portada todavía no ha llegado. Los por entonces novísimos de la cocina son objeto de un reportaje especial<sup>537</sup>: Pedro Martino (El Cabroncín, Asturias); José Carlos García (El Café de París, Málaga); Enrique Dacosta [sic.], (El Poblet, Alicante); Albert Adriá (El Bulli, Rosas-Girona); Bixente Arrieta (Guggenheim, Bilbao). Todos ofrecerán alguna de sus destacadas recetas. Pedro Espina (hoy, Restaurante Soy) dentro del especial cocina oriental que pasa de Suntory a Tsunami, junto a Hayshi Fumihito (Kira Kira Boshi) y Ricardo Sanz (Kabuki); Michael Brass (Michael Brass Hotel-Restaurante); y otro especial con la cocina alicantina donde destacan José Manuel Varó (Rest. Maestral, Alicante), Joachim Koerpper (Rest. Girasol, Benissa-Teulada, Alicante), Pepa Romans (Casa Pepa, Ondara-Alicante) y Ramiro Redrado (Rest. L’Escaleta, Concentaina-Alicante); también las menciones a los restaurantes navarros gestionados por Koldo Roderó (Rest. Roderó, Pamplona), Enrique Martínez (Rest. Maher, Cintruénigo), Álvaro Palacios (Rest. Ríos, San Adrián) y la Familia Gil (Rest. 33 en Tudela). Galicia y sus destacados chefs: Toñi Vicente, Ana Gago y Eduadro Pardo, Marcelo Tejedor y Pepe Solla.

Con el número 193 de julio-agosto de 2001 la revista retoca el tradicional subtítulo que le ha acompañado hasta ahora e introduce el mundo latino, sin duda animada por el incipiente y notable despegue de los vinos procedente del entorno Latinoamericano: *Sobremesa. Revista de vinos y gastronomía del mundo latino*.

Los menús de navidad evolucionan: ahora responden a nuevos planteamientos gastronómicos basados en la dietética y la tecnología. Las propuestas ofrecen, en palabras de José Carlos Capel, el contrapunto a lo cotidiano. Un menú elaborado por el tándem Adriá-Roncero en la Terraza del Casino de Madrid, y una propuesta de Jean Paul Bondoux (Buenos Aires) suponen el cierre gastronómico del 2001.

---

<sup>537</sup> Revista *Sobremesa*, número 175, diciembre de 1999, pp. 24-37.

El uno de enero de 2002 los españoles integramos la moneda única en nuestras vidas, lo que se refleja en el precio de portada de la revista: 4 €.

En octubre de 2003 *Sobremesa* realiza una transformación desde la portada hacia el interior. Bajo idénticas dimensiones, la tipografía cambia adaptándose a la nueva estética que en parte señala el mercado, el cual demanda productos periodísticos de mayor atractivo; la captura de lectores será el obstáculo mayor que a partir de ahora y en una escala creciente de dificultad emprenda el mercado de revistas. En 1994, nacido el sifón con sus espumas en la cocina de vanguardia que está en boca de todos, comienza la vida digital de la prensa española y desde entonces, formato y características, están conviviendo con el tradicional papel del que las revistas forman parte. Las nuevas posibilidades de escritura con la integración de contenidos multimedia, la hipertextualidad, la posibilidad de actualizar y editar contenidos al minuto, junto con el cambio de pautas de lectura del público van a complicar en poco tiempo al mercado editorial que, como en ocasiones anteriores y en relación con la tecnología, tendrá que ir adaptándose y/o reinventarse a la demanda del público tecnologizado.

La revista *Sobremesa. Revista de vinos y gastronomía del mundo latino*, que ha venido registrando los cambios sociales en torno a la mesa pública en la que el impulso sobre el conocimiento y consumo del vino han formado parte de su estrategia editorial, decide realizar un cambio gráfico ante las evidentes transformaciones que está registrando la sociedad. El lenguaje de la comunicación en muy poco tiempo se tornará eminentemente gráfico, el reino de las pantallas y dispositivos de lectura móvil no ha hecho más que comenzar.

Comunicación y periodismo, marketing y publicidad se imponen como el valor determinante, el complemento imprescindible, en la búsqueda de clientes de los que se persigue una atracción con la que formalizar la venta de todo tipo de productos.

Desde mediados de los noventa el mundo del diseño mira el mercado gastronómico, de tal modo que estrenado el nuevo siglo, bodegas y etiquetas de vinos se muestran receptivas y sirven para proyectar lo que no será más que una imparable tendencia que transformará el mercado con apostando por el packaging ‘cool visual’.

Álvaro Nebot, quien ha acompañado a la revista desde su fundación, y Belén Fernández son los responsables de la remodelación que pasa por la reordenación de contenidos, lo que se refleja también en un moderno y completo sumario en el que poder localizar todo lo que revista ofrece mes a mes.



El cambio de siglo conlleva la remodelación de la revista *Sobremesa* en el número 217.

La publicación abre inmediatamente su contenido ofreciendo el sumario que ocupa toda la página; el mismo presenta cinco divisiones muy claras que son de agradecer: “vinos”, “mesa de cata”, “gastronomía”, “viajes” y “y demás”<sup>538</sup>. En este sumario se destaca mediante el juego de colores la Mesa de Cata, una de las enseñas de la revista junto con la predilección de reportajes. El editorial se encuentra en la página impar inmediatamente posterior. Ocupa una única columna, a la que siguen las páginas de “Últimos Tragos” que suma dos páginas más. La crítica vuelve a colocarse al principio de la publicación, siguiendo el viejo patrón de la revista. Vemos como el tema culinario gana terreno en esta revista. Tras las páginas de “A la carta” donde la crítica gastronómica convive con las “pistas”, aquellos locales incipientes que despuntan o conviene descubrir, aparecen los reportajes dedicados al mundo del vino, el lector encuentra ahora “Hasta la cocina” firmada por José Manuel

La publicación abre inmediatamente su contenido ofreciendo el sumario que ocupa toda la página; el mismo presenta cinco divisiones muy claras que son de agradecer: “vinos”, “mesa de cata”, “gastronomía”, “viajes” y “y demás”<sup>538</sup>. En este sumario se destaca mediante el juego de colores la Mesa de Cata, una de las enseñas de la revista junto con la predilección de reportajes. El editorial se encuentra en la página impar inmediatamente posterior. Ocupa una única columna, a la que siguen las páginas de “Últimos Tragos” que suma dos páginas más. La crítica vuelve a colocarse al principio de la publicación, siguiendo el viejo patrón de la

<sup>538</sup> Transcribo literalmente -en minúsculas- las áreas temáticas que conforman el nuevo sumario de *Sobremesa. Revista de vinos y gastronomía del mundo latino*.

Vilabella –columnista de los diarios El Comercio de Gijón y La Voz de Avilés-. De nuevo el reportaje central está protagonizado por el producto/recomendación de portada.

Los contenidos españoles conviven con los del entorno latinoamericano. El reportaje sigue siendo el género estrella de la revista. Continúan las páginas de cine a cargo de Pepe Barrena en “Geografías del sabor”. Como viene siendo habitual desde mediados de los noventa, la revista incorpora entrevistas a personajes relevantes o de actualidad procedente de distintos ámbitos: políticos, economistas, literatos, actrices, estrellas de la radio... Las páginas “Fuera de Menú” que habitualmente recogen tendencias y novedades literarias, musicales, cinematográficas y culturales en general junto con la actualidad del motor, quedan ahora interrumpidas en su lectura por Mesa de Cata, que se sitúa de ahora en adelante casi en las páginas finales. La revista cerrará con las Musas y las Mesas, sección que irrumpe en 2002 y que sustituye al espacio de corte gastroliterario ‘*Cocktail, Cóctel, coctel*’.

Periódicamente continúan apareciendo reportajes especiales centrados en los nuevos cocineros, la revista pierde ese miedo por la falta de relevo generacional. Estamos frente a incipientes cocinas vascas como la de Aitor Elizegi (Rest. Gaminiz), un jovencísimo Andoni Luis Aduriz (Rest. Mugaritz), Isaac Salaberria (Rest. Fagollaga), o, Ricardo Pérez (Rest. Yandiola). Ocurre lo mismo en otras zonas como Alicante; también fuera de nuestras fronteras: en Chile está destacando una serie de cocineros que suponen la generación del cambio (Quersen Vasquez, Juan Meza, Leonardo Chacón, Joel Solorza, Alex González, Jorge Coco, Vicente Gómez Valenzuela y Christian Pérez).

La revista aumenta el número de inserciones publicitarias en relación con el vino. La firma de Juan Manuel Bellver se incorpora en 2003.

2004 comienza para *Sobremesa* con las mesas de Carme Rusalleda (Rest. Sant Pau, Sant Pol de Mar, Barcelona) y Manuel de la Osa (Rest. Las Rejas, Cuenca). También con la despedida del que ha sido colaborador habitual, Manuel Vázquez Montalbán fallecido en octubre de 2003.

Las recetas de cada producto destacado serán ahora ejecutadas por reconocidos chefs en conexión con el ingrediente o con su lugar de procedencia. A partir de ahora

serán muchas las caras de la cocina que regresan a las páginas de *Sobremesa* y que se suman a otras que hoy resultan conocidas pero que comienzan a despuntar en este momento.

En 2005 el grupo editorial amplía sus productos con una guía al precio de dos euros que contiene los mejores vinos catados en el año. Ese mismo año la navidad será cosa de Sergi Arola que en 2007 emprenderá su aventura en México con Las Ventanas; el espumillón de 2006 vendrá protagonizado por la cocina de Quique Dacosta.

Instalada ya en su sede de Guzmán el Bueno (Madrid) apenas ofrece cambios sustanciales durante esta franja de tiempo más allá de incorporar una nueva sección, “Escriben los lectores”, “Madrid-Tombuctú” que viene firmada por Antonio Vergara (un espacio de tremenda subjetividad y delirios en el mejor sentido de la palabra), se incorporan nuevos colaboradores, también el fotógrafo Xavier Mollá, y se amplía el número de integrantes que participan en Mesa de Cata cuyas páginas oscilan entre 9 y 10. En 2005 la revista alcanza una tirada de más de 52.000 ejemplares.

La revista entrevistará en este tiempo a Paco Torreblanca, rey de pasteleros; Vicente Torres, despunta en Valencia con el restaurante La Sucursal; Charlie Trotter quien ejemplifica muy bien la espectacularidad mediática que ha alcanzado la cocina en los últimos años, algo que está recogiendo la revista; y, Alain Passard (restaurante L’Arpège), entre otros.

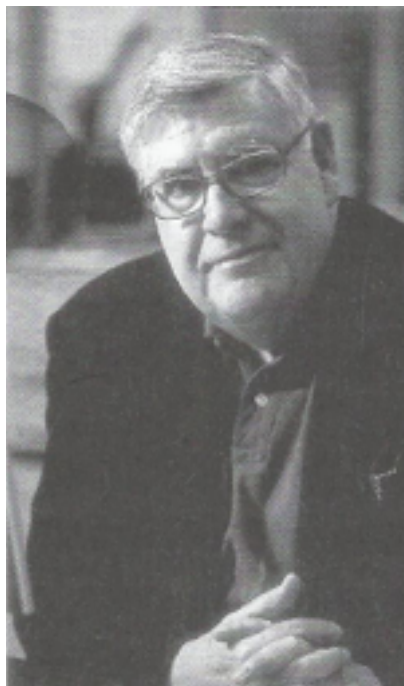
El culto al progreso registrado durante las últimas décadas ha provocado que la euforia desarrollista de épocas pasadas ha dejado su huella en los viñedos españoles. Durante este tiempo, los viticultores se han centrado en variedades autóctonas y extranjeras cuya calidad o nobleza son incuestionables; sin embargo, asistimos al descubrimientos de que son los conocimientos sobre la materia prima y la manera de trabajarla lo que confiere el halo distintivo al producto, al vino. En una palabra, la nueva revolución va a tener nombres y apellidos concretos, y será la personalidad y habilidad del viticultor el que se sitúe en primer plano.

Con motivo del cumplimiento de los 400 años del Quijote, la revista saca un número especial en el que cocinan Manuel de la Osa (Las Rejas, Las Pedroñeras), Pepe



Rodríguez (El Bohío, Illescas), Abraham García (Viridiana, Madrid) y Adolfo Muñoz (Asador Adolfo, Toledo).

El prestigio social que ha alcanzado durante estos años la gastronomía, los avances culinarios y tecnológicos, la cocina de vanguardia y los puentes que se han ido estableciendo entre arte, cultura y gastronomía son ahora una realidad. Por las páginas de la publicación han ido desfilando durante los últimos diez años figuras procedentes



El periodista y experto comunicador del vino, Víctor de la Serna.

del mundo de la cultura, el cine, los negocios, la política. El ascenso de los fogones es imparable.

Seis años tras el cambio de siglo conllevan también la exigencia de la educación por partida doble: la que debe el personal de sala a los clientes, la que deben los clientes al personal de sala. Paco Patón, representa este cambio y la revista le dedica un amplio y cariñoso reportaje pues verdaderamente “para ser camarero no vale cualquiera”.

Los peligros del anisakis son analizados con rigor en 2007 por Cristino Álvarez. Ese mismo año, mientras Víctor de la Serna<sup>539</sup> se queja de la escasa pasión por el vino español que demostramos los autóctonos frente al interés de americanos y franceses ante sus propias creaciones, los cocineros de Madrid –César Rodríguez, los hermanos Álvaro y Quique Monterrubio, el desaparecido Darío Barrio, y Alfonso Castellano- y los cocineros que están brillando en territorio malagueño –José Carlos García, Dani García, Benito Gómez y Ramón Freixa- protagonizan amplios reportajes; también los pasteleros Jordi Butrón, de nuevo Paco Torreblanca y Albert Adrià.

Septiembre de 2007<sup>540</sup> es el año en que Mayte Lapresta asume la dirección de la revista, cargo que ejerce en la actualidad. Del Departamento Editorial de Vinoselección y

<sup>539</sup> Revista *Sobremesa*, número 257, mayo de 2007, pp. 23-26.

<sup>540</sup> Revista *Sobremesa*, número 260, septiembre de 2007, p. 13.

Directora de su revista, pasa así a dirigir la veterana publicación que acumula ya nada menos que 260 números.

La humanización<sup>541</sup> de la mítica portada de *Sobremesa* que en 261 números no ha dejado de publicar productos, recetas, vinos, copas y menaje, y alguna que otra estampa veraniega con mar de fondo y primeros planos para mariscos y pescados, llega en noviembre de 2007 con dos personajes de mundos distintos: Inmanol Arias (actor) y José Moro (viticultor) retratados por Antonio de Benito<sup>542</sup> que viene siendo el artífice de la portada desde su primer ejemplar y al que sustituirá en apenas menos de dos años en este cometido, Álvaro Fdez. Prieto; Shin Yamazawa, reconocido fotógrafo participará en la publicación de ahora en adelante. También una ligera reducción de formato que encoge un centímetro y medio de largo, y, uno de ancho. Es esta una portada de transición, cuyo número, implica cierta remodelación interna y también añade más páginas -114- y publicidad. Este número incluye el *making of* de la edición que el lector tiene en sus manos. A partir de este número el sumario pasa a desglosarse en doble página y el staff adelante su ubicación hasta la página cuatro. También deja atrás el subtítulo que le ha acompañado durante siete años; sustituye el mundo latino por el conjunto de palabras vino, gastronomía y tendencias para nuevos tiempos. Dirección de arte, asesoría de diseño y maquetación de la renovada publicación corren, siguiendo el orden de responsabilidades señaladas, a cuenta de Belén Fernández Ysart, Emilio Santana y Ana Rodríguez. El plantel de periodistas colaboradores se amplía y el veterano Joaquín Merino, quien fallecerá en diciembre de 2011, firma su columna bajo el título “Estado de la cocción”. Durante la década del 2010 y 2011 se incorporan nuevas firmas como la de Raquel Pardo o Mara Sánchez o Enric Canut.

Los nuevos tiempos traen nuevas secciones y relaciones publicitarias (38 medias páginas o páginas completas están dedicadas a la publicidad, frente a una media de 27 del periodo anterior). El vino como filosofía, mensaje e información continúa

<sup>541</sup> Desde su primer número la revista sólo ha publicado en portada imágenes de productos, bodegones que han ido evolucionando al ritmo de la cocina.

<sup>542</sup> El fotógrafo Álvaro de Benito falleció en Madrid, el 27 de septiembre de 2015. Tras de sí, deja un obra inmensa con la que es posible acercarse a la propia evolución gastronómico-social que ha protagonizado este país desde que la revista *Sobremesa* viera la luz en 1984. Su trabajo representa la propia evolución de la tendencia gastronómica editorial entendida como reclamo seductor con el que atraer la mirada del lector.

siendo el motor de la publicación: tanto en contenido periodísticos, independientemente del género abordado, por supuesto en la mesa de cata y también como sector que proporciona los ingresos publicitarios más importantes de la publicación que desde su fundación –bien a través del club, bien mediante inserciones publicitarias-. El mundo de los relojes o de las estilográficas, eminentemente masculinos y vinculados al lujo, transgreden su hasta ahora hueco natural en el mundo de la moda, aumentando su presencia publicitaria; son captados por la publicación en una relación de género en la que interviene el vino.

El sumario destacará mes a mes lo más goloso de la revista, y dejará a pie de página derecha inferior, el resto. La “Mesa de Cata” continúa sus recomendaciones en lo que ahora la revista llama “Galería de Cata”. “Lugares” recoge recomendaciones gastronómicas que a veces son también estupendos destinos turísticos; “Pasiones” se ocupa de tendencias en la restauración y “Showroom” es un mini escaparate gourmet.

“Perfiles” recoge las páginas que la revista dedica a la entrevista de personajes destacados dentro del sector vitivinícola o de la restauración; y las secciones “A la carta” donde se recoge la crítica gastronómica, “Últimos Tragos” y “Fuera de Carta” continúan su andadura y las recetas que han sido también enseña de la revista ceden su protagonismo o mejor dicho el mismo queda repartido, siendo la sección “Plato a Plato” donde se agrupan en torno a un único producto<sup>543</sup>. El resto de entrevistas o reportajes de carácter general centrados en cocinas, chefs o productos se identifican en este nuevo sumario a través del titular de los textos. En 2008 la revista introduce una nueva sección, “En la bodega de...”, en la que se entrevistará a variados personajes con una pasión común: el vino. A las que se suman en 2009 “Un minuto con...” que supone la toma de contacto rápida con un personaje del mundo del vino; y, “La Mirada”, el vino a través de los ojos de un determinado personaje, y, “Sin Palabras” referida a una imagen relevante que, sin sustituir el bodegón de Schommer que hace tiempo que ha abandonado la publicación, viene a protagonizar este hueco fotográfico. En ese mismo año, José Carlos Capel, que ha sido colaborador habitual de la revista donde ha ido cediendo presencia

---

<sup>543</sup> Es el caso del número 279 de mayo de 2009, por ejemplo con los platos elaborado por Sacha Hormaechea con el bacalao Skrei noruego como ingrediente base.

que ha compatibilizado con la gestión de entre otros proyectos Madrid Fusión, es el protagonista de “Perfiles”.



El enólogo Jesús Flores, miembro de la Mesa de Cata de la revista es objeto, junto a otros reconocidos sumilleros, de un reportaje titulado ‘Mediadores del vino’ (Revista *Sobremesa* nº282, 2009).

En mayo de 2009 Sacha Hormaechea elabora las recetas de la sección “Plato a Plato”. 2009 también es el año en que la periodista se estrena como colaboradora de la revista, será en el mes de septiembre con un texto sobre la cocina coreana como nueva fuente de inspiración de los cocineros que están dando más que hablar en estos momentos.

La revista incluirá periódicamente suplementos especiales sobre en formato guía y tamaño reducido –whisky, vodka...-. También algún número especial con idéntico formato de la revista y menor número de páginas de carácter monotemático especiales.<sup>544</sup>

Pedro Subijana será el primero de nuestros grandes chefs en protagonizar la portada de *Sobremesa*. Al mismo le seguirán otras imágenes o retratos de cocineros y personajes destacados como Ferran Adriá; el cineasta Woody Allen; Patricia Rodríguez –Miss España 2008- convertida en Reina del Vino; Benjamín Urdiain (Zalacaín) y Albert Raurich (mano derecha de

Ferran Adriá durante diez años y propietario de Dos Palillos en Barcelona); las actrices Cristina Higuera y Maribel Verdú; la cantante Soraya, Roberto Tejedor director de sala de Asador de la Esquina e Iván Sáez, jefe de cocina de Rest. Zorzal; Juan García Postigo Mister Mundo; el cantaor José Mercé; Peter Sisseck (Pingus, Ribera de Duero); el

<sup>544</sup> Ocurre así por ejemplo durante 2009 con el suplemento especial dedicado a Castilla-La Mancha que acompaña al número 282 de la revista.

diseñador Modesto Lomba; Carlos Falcón, Marqués de Griñón; Santi Santamaría, Rest. Santceloni; Ángel León que lidera la renovación de la cocina andaluza; Sergi Arola que en este momento inspira las bandejas que sirve la aerolínea Ibera, Salas VIP y clases superiores; Victoria Bojcurskaj, modelo; los chefs del huerto Fernando del Cerro y Rodrigo de la Calle; los hermanos Roca; el cantante Miguel Bosé y sus relaciones gastronómicas, culinarias y enológicas...

Este espíritu de *Sobremesa* es el que ha llegado hasta el día de hoy. En marzo de 2010, en medio de un reconocido mundo tecnologizado que está convulsionando redacciones, empleos y relaciones laborales, en un entorno nacional que en lo económico se halla instalado en la crisis, la revista decide incorporar un “Dosier” en torno al producto. Algo que venía realizando con anterioridad porque cada reportaje de tiempos pasados constituye un auténtico dossier. Sin embargo, contenido y diseño hace tiempo que vienen aliándose para ofrecer una revista dinámica y vistosa, al tiempo que amplía el espectro publicitario. Algo más tarde, a mediados de 2010, Mayte Lapresta junto al experto Jesús Bernad, decide confeccionar un suplemento centrado en los espirituosos y la coctelería, “*Spirits, by Sobremesa*”; el producto y el sector de los destilados está al alza con la fiebre del gin tonic a la cabeza.

El número 300 de la publicación recogerá un especial sobre los treinta cocineros que han hecho historia y los treinta vinos que marcan tendencia. Este número sirve también para cambiar la ubicación del sumario que amplía también el contenido indicado.

*Sobremesa* recoge perfectamente la demanda de contenidos de las nuevas generaciones; textos y reportajes más cortos que ceden ante la imposición de diseño y el contenido gráfico que demanda el nuevo público que, sin embargo, puede ampliar en el espacio digital que mantiene la revista. El culto al producto continúa, quizás sean Saúl Cepeda y Álvaro López del Moral los que consiguen revitalizar estos textos especializados, labor que recayó durante años en la figura de Manuel Martínez Llopis, sin embargo es inevitable reconocer que la preeminencia de aquellos tiempos sobre este tipo de textos es menor con respecto al grueso de la publicación. Son estos últimos años los años de las preocupaciones por un sector, el periodístico, amenazado. No será fácil

mantener la buena salud de las publicaciones especializadas sin el motor de la inversión económica y publicitaria, y las que mejor suerte correrán a partir de ahora (si se puede hablar de suerte en el mercado editorial en estos momentos) serán las que permanezcan vinculadas a otras líneas de negocio como es el caso de *Sobremesa*, o *Club de Gourmets*. Lo que lejos de enturbiar con sospechas ambas publicaciones fortalece su independencia, aún con sus respectivas líneas editoriales y características.

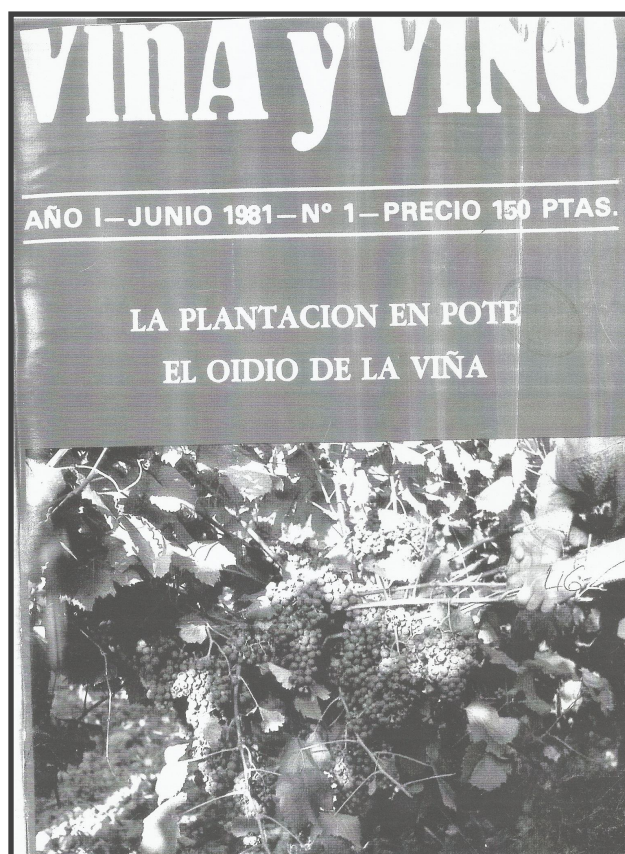




### 3.2.8.9 Del tecnovino al equilibrio entre copa y mantel

La historia de *Vino y Gastronomía* o *Vino+Gastronomía*<sup>545</sup>, recientemente desaparecida del mercado de revistas especializadas en gastronomía, pasa por la publicación, en primer lugar, de una revista ceñida exclusivamente al ámbito del vino con enfoque eminentemente técnico. Dirigida por Luis Magaña, en junio de 1981 ve la luz *Viña y Vino*, una modesta publicación destinada al viticultor principalmente al que ofrece todo tipo de contenidos que abarcan desde los fungicidas a las levaduras o desde el cuidado de la bodega al embotellado y las (por entonces) posibles exportaciones.

Al precio de 150 pesetas la revista la revista contiene en su conjunto artículos y textos de base técnico-científico; de hecho el subtítulo que unos años después de su lanzamiento lleva a su portada es el siguiente: *Revista Técnica de Viticultura y Enología*. El arte del cultivo de la vid, el cuidado del viñedo, la defensa contra plagas y, sobre todo,



el empeño por mantener la calidad del vino una vez cosechado el fruto y embotellado su producto centrarán las páginas de esta revista que en muy poco tiempo evoluciona. Y lo hace desde el diseño técnico hasta la selección y distribución de contenidos.

*Viña y Vino* comienza su extenso recorrido, como digo, en 1981. Durante este mismo año consigue introducir cambios estéticos importantes y también en cuanto a redacción se refiere, aunque durante esta primera etapa no suavizará el lenguaje técnico fundacional. A finales de este año ya desde el sumario se puede apreciar la

<sup>545</sup> Esta apreciación responde a los cambios tipográficos en la portada de la revista durante su vida que pasa del “y” de *Vino y Gastronomía*, al “+” de *Vino+Gastronomía*. En cualquier caso remite a la misma publicación.

tendencia que irá en aumento aunque de manera desigual: *Viña y Vino* intuye, además de las posibilidades de divulgación e instrucción de todas aquellas fases que afectan al proceso del vino, el análisis sensorial del mismo, sus notas de cata, y por tanto, la contemplación hedonista del producto de cara al consumidor y también de cara a las posibilidades de ingresos económicos a través de la inserción publicitaria y/o comercial de entidades, marcas y productos. Quiero subrayar la palabra intuición pues estamos ante una primera fase rudimentaria, básica en cuanto a producto periodístico que además la revista enfoca al sector especializado, no a un público de carácter general o amplio. Con todo no puedo dejar de mencionar que, al igual que ya detectara el propio Massimo Galimberti con su club de vinos, la fase de degustación y cata del producto ronda las páginas de *Viña y Vino* a partir del número 4 del mes de diciembre.

La parquedad con la que hoy esta revista aparece ante nuestros ojos, al igual que los primeros ejemplares de *Vinoselección* hasta su transformación en *Sobremesa*, no deja de ser el reflejo de un tipo de producto editorial muy concreto, enfocado al especialista –en un caso técnico en otro catador- que sin embargo, en muy poco tiempo va absorber las novedades técnicas propias del sector periodístico.

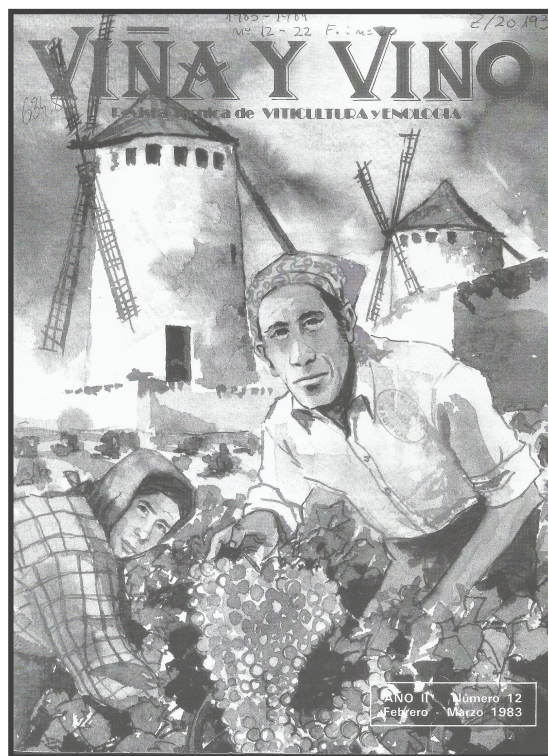
En el caso de *Viña y Vino* el mensaje y posicionamiento al que aspira la publicación es sin duda el que le corresponde a una publicación técnica. Artículos titulados *El uso de portainjertos*; *El estudio de los aldehidos en los vinos de crianza*; *El acero en la industria enológica*, *El suelo del viñedo de la denominación de Origen Jumilla*; *Producción, mercado interior y evolución de las exportaciones* –de la DO anterior y de otros muchos vinos-; *El mercado de vinos de Canadá*; *El vino y las política agrícola de la comunidad* –informe Comunidad Económica Europea-; así como *El vino: ese alimento* –bajo la perspectiva nutricional-; *El aroma de los vinos y sus componentes* –desde un punto

STAFF	
Director:	
Carlos Magaña Ruiz	
Colaboradores:	
Vicente Sates	
(Ingeniero Agrónomo)	
J. L. López Casas	
(Ingeniero Agrónomo)	
José Pecilla	
(Químico)	
Joseph Pusyo	
(Burdos)	
Guy Ozil	
(Champagne)	
Jacques Merme	
(Ingeniero Especialista Fertilizantes)	
Javier Ochoa	
(Enólogo)	
André Lacroix	
(Cognac)	
Dire. Comercial	
Carmelo Marrodan	
Coordinación	
Jesús María Rosell	
Suscripciones	
Jesús Esparza	
Publicidad	
Madrid: Luis Magaña	
Santa Hortensia, 27-(Bajo)	
Tel: 415 16 62	
Madrid: 2	
Barcelona: José Manuel Ruza	
Diseño	
Ignacio Muñoz	
Depósito Legal: M-22734-1981	
Imprenta: SSAG, S. A.	
	VITICULTURA
	El uso del portainjerto.
	La plantación en Pote.
	Roundup Lab o Herb.
	ENOLOGIA
	La est. del vino.
	Los barr. de madera
	LA VIÑA EN EL MUNDO
	La viña de Formosa
	ENFERMEDADES DE LA VID
	El oídio
	Rubigan.
	La revista no se hace responsable de la opinión de sus colaboradores

Sumario del número 1 de *Viña y Vino*. 1981.

de vista científico-; y *Empezando a catar vinos* –más enfocado a la instrucción del público general-, son algunos ejemplos de los textos con los que el lector puede hacerse una idea del tipo de la publicación fundacional de la todavía futura revista especializada en gastronomía enfocada al público general, *Vino y Gastronomía* (o *Vino+Gastronomía*).

*Viña y Vino* nace con una periodicidad irregular pero con la aspiración de convertirse en mensual. Así el primer ejemplar de la misma publicado en 1981 data del mes de junio; a este número le sigue una edición que aglutina los meses de julio y agosto; el número tres aparece en septiembre; en octubre *Vino y Viña* no sale a la venta y sí lo hace en noviembre con el que será su número 4; el número 5 aglutina los meses de diciembre y enero. A partir de aquí la periodicidad de la publicación será bimensual hasta que cambie diseño y cabecera por *Viña, Vino y Gastronomía* para, finalmente y tras unos años, convertirse en *Vino y Gastronomía* (o *Vino+Gastronomía*).



*Viña y Vino*, número 12, febrero de 1983.

Las firmas que participan en este primer proyecto son fundamentalmente de corte técnico, tan sólo a partir de su etapa final y en torno a 1983 se incluyen firmas que pueden acercarse al corte periodístico, o con ciertas notas literarias. Con todo, serán siempre rasgos periodísticos y de estilo literario mínimos; la revista basa sus textos en datos, estadísticas, estudios y análisis de relativa fácil comprensión para el gran público. La publicación lanzará en 1984 una encuesta dirigida a sus lectores a los que les solicita, en uno de sus apartados, que indiquen su profesión o vinculación laboral. Con la misma se puede establecer una aproximación sobre el público final al que se dirige la revista; esta encuesta junto con los contenidos analizados suscriben al idea anterior de revista técnico-científica.

<p>NUESTRA PORTADA</p> 		<p><b>VIÑA Y VINO</b>          Santa Hortensia, 27 - bajo          Teléfono: 415 16 62 - Madrid 2          Año II - Núm. 12 - Feb.-Marzo 1983</p>	
<p><b>EN ESTE NUMERO</b></p>		<p>Director          Carlos Magaña Ruiz          *          Dirección Técnica          Antonio Moscoso          *          Colaboradores          Luis Hidalgo          Francisco Santa Carrero          Jesús Vadillo          Mariano Pérez Mingujón          José Hidalgo          Rafael Ruiz          José Picuña          Fernando Martínez de Toda          José R. Linares          José L. Cenis Andón          Ignacio Palazón          Carmen María Ferrer          Joseph Puayo (Burdeos)          Guy Ozil (Champagne)          Francisco Escribano Zardoya          (Asesor literario)          *          Fotografía          José F. Hernández          Daniel Herce          *          Director Comercial          Carmelo Marrodán          *          Coordinación          Jesús María Rosell          *          Suscripciones          Jesús Esparza          *          Publicidad          Luis Magaña          Santa Hortensia, 27 - bajo          Teléfono: 415 16 62          Madrid 2          *          Diseña y realiza:          Francisco Moreno          *          Impresión:          JOSE ATIENZA          Segovia, 45 - Madrid 5          *          Depósito Legal          M-22.734-1981          ISSN: 0211-8947</p>	
<p>Determinación de la fertilidad de las yemas y su aplicación en la poda.          Por Fernando Martínez de Toda Fernández..... 4</p>		<p>La revista Viña y Vino no se hace responsable de los artículos de sus colaboradores.          Prohibida la reproducción total o parcial de los artículos publicados en esta revista sin previa autorización.</p>	
<p>El Boletín de Análisis de suelos: interpretación.          Por Vicente Gómez Miguel..... 8</p>			
<p>El tractor y el viñedo.          Por Luis Márquez..... 16</p>			
<p>Programa de actividades y publicaciones a realizar en 1983, por el Consejo Regulador de la Denominación de Origen «LA MANCHA».          Por Jesús Moreno García..... 24</p>			
<p>Premios conseguidos por nuestros vinos en concursos nacionales e internacionales a la presentación..... 25</p>			
<p>Actividades del Consejo durante 1982.          Por Jesús MORENO GARCÍA..... 26</p>			
<p>El Control de la temperatura de fermentación.          Por JESÚS MORENO GARCÍA..... 27</p>			
<p>Bodegas premiadas en el I Concurso a la Calidad del Vino Blanco Nuevo - Cosecha 1982.          Por Jesús García Moreno..... 35</p>			
<p>La Mancha como región natural y administrativa.          Por Jesús Moreno García..... 36</p>			
<p>Viñas y vinos de la Mancha.          Por Jesús Moreno García..... 47</p>			
<p>Algunos problemas relativos a control de calidad, a tener en cuenta para los exportadores de vinos.          Por W. Milonowski..... 48</p>			
<p>La utilización de las levaduras seleccionadas.          Por Jesús Vadillo y M.ª de las Mercedes Ruperez... 52</p>			
<p>Técnicas para la elaboración de vinos espumosos de cava.          Por José Hidalgo Torgores..... 62</p>			

Sumario del número 12, publicado en febrero de 1983.

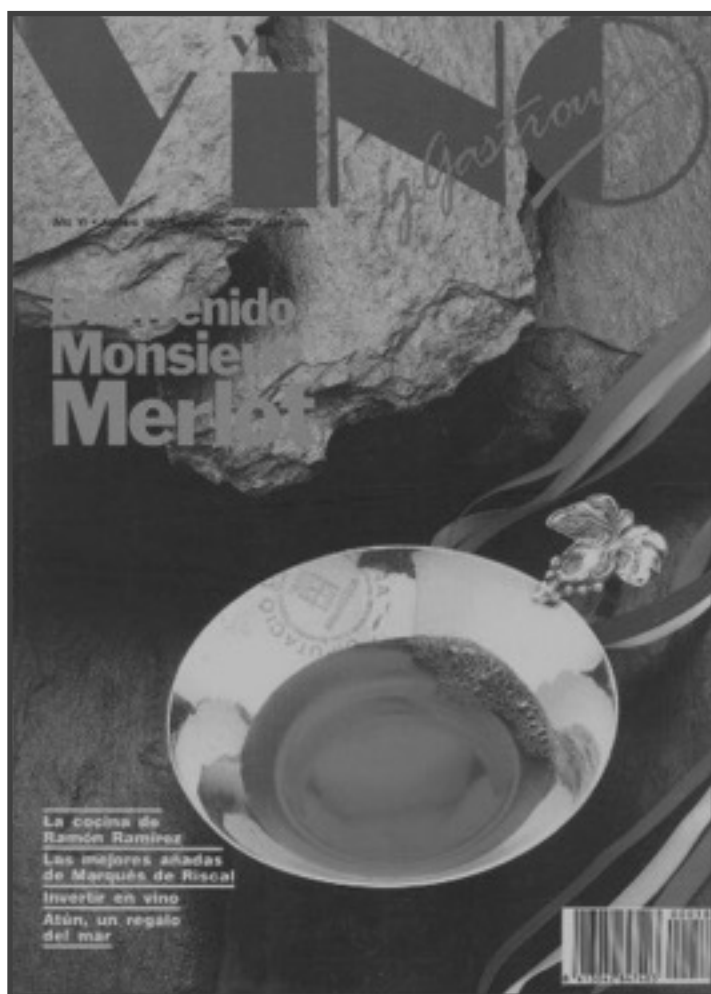
De la encuesta en cuestión, el lector deberá escoger entre los siguientes campos profesionales para indicar su profesión: Bodeguero, Enólogo, Viticultor, Ingeniero Agrónomo, Exportador de Vinos, Químico, Ejecutivo de Empresa, Aficionado a Vinos o Agencia de Publicidad.

Esta encuesta también induce a suponer que en la cúpula directiva de la misma navega la idea de ampliar y rebajar el tono de los contenidos para abarcar a un número mayor de lectores. Es decir, para dar el salto al quiosco y dirigirse a un sector de electores mas amplio.



### 3.2.8.9.1 *Vino, viña y gastronomía*

Tras el recorrido anterior, asimilada la experiencia adquirida como editor de la revista profesional *Viña y Vino*, y como conocedor de las posibilidades de vida y continuidad editorial que supone la vinculación vino-gastronomía, Luis Magaña acomete la transformación de *Viña y Vino*. El mercado de revistas especializadas en gastronomía lleva años señalando otras publicaciones que están siendo pioneras desde hace algún



*Vino, Viña y Gastronomía*, número 58, septiembre de 1989.

tiempo; a las mismas viene a sumarse este nuevo proyecto totalmente actualizado dentro del contexto de este periodo, titulado *Viña, Vino y Gastronomía*.

En esta segunda etapa del proyecto de Luis Magaña, que continúa teniendo su sede en el madrileño barrio de Prosperidad (C/ Santa Hortensia número 27), la palabra viña no pierde fuerza, pues el vino, la enología, va a continuar presente en estas páginas, pero, a decir verdad, cede espacio. O mejor dicho pasa a compartirlo con la alimentación, con la gastronomía. Bien por la conexión temática con respecto al origen que motivó la publicación, la viña y todo su mundo; bien

como principio fundacional del proyecto editorial al que sin duda costaría renunciar; bien como GPS o indicador, de cara al lector, conocedor de la revista anterior y la inclusión de la palabra “viña” en la nomenclatura de la cabecera, el término podría señalarle o indicarle la procedencia u origen de la nueva revista que ahora cae en sus

manos y que ha añadido ese “gastronomía”, la viña y el vino copan la revista desde su portada hasta la última página.

A pesar de corresponderse con la extensión de la publicación anterior -*Viña y Vino*, publicación que deja de editarse en el momento en que aparece en el mercado, *Viña Vino y Gastronomía*- deberíamos considerar ésta publicación como una “nueva publicación”, dado que contempla importantes cambios o aspectos sustanciales: 1) entre los más importantes la ampliación y propuesta de contenidos entre los que se combina con concreción y no como algo accesorio el vino y la alimentación; 2) siguiendo en orden de importancia a nivel producto periodístico tengo que destacar el cambio de estilo y redacción –ahora más comercial en el sentido de propuesta de conjunto, con la vista puesta en las

tendencias, mostrando temas de actualidad y dadas al consumo, y con propuestas turísticas no exentas de cierto análisis entre pasado y presente de los mismos-; 3) en relación con los cambios de estilo y redacción, una de las causas del mismo es el giro en cuanto a los destinatarios, a los lectores, porque la revista da un giro de 180º dejando de lado los tecnicismos propios del mundo de la vid, –ahora, la revista está hecha por y para un público concreto interesado en la información, actualidad y consumo y disfrute de alimentos y productos selectos Un público con inclinación al hedonismo más puro y con



Sumario del número 58 de 1989 donde se pueden apreciar el giro completo de la publicación. Completamente reinventada, tecnicismos y sobriedad son ahora cosa del pasado.

la necesidad de engrosar no sólo las papilas gustativas sino también las intelectuales o culturales que establecen y explican las conexiones de estos dos “ingredientes”: vino y comida. Entre estas páginas cabe destacar que el vino será un “ingrediente” fundamental, no en vano los responsables de la publicación serán los artífices más adelante de la Nariz de Oro-.

Luis Magaña continúa su labor de editor mientras que Carlos Delgado, nombre familiar para los amantes del vino, será su director. En diciembre de 1990 será nombrado vicepresidente del movimiento *Slow Food*, además de director de la revista internacional *Slow-Food*, cuyo primer número aparecería en apenas seis meses, en junio de 1991.



Portada del número 72 de la revista *Viña, vino y Gastronomía*, diciembre-enero de 1991.

Entre las firmas que publican en la revista destacan como responsables fijos de sección y por tanto pertenecientes a la redacción: Manuel Elexpuru (vinos); Teresa Suárez-Guanes y Ana Sierra (alternan firma con el espacio dedicado a la cocina); M. García Urquijo (economía); Eduardo Delgado (viajes); la doctora Clotilde Vázquez (nutrición, sección En Forma); Bartolome Sánchez (a cargo de la selección del sommelier destacado); Jean Louis Huberti (internacional). Como colaboradores habituales serán Ignacio Medina, Enrique Toran y Luis Irizar; también el periodista Manuel Saco. Y el comité de cata estará formado por Javier Echarri, Manu Elexpuru, Bartolome Sánchez y Carlos Delgado.



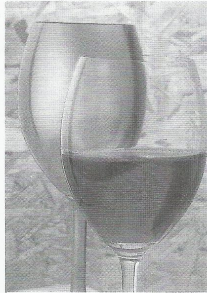
*Viña, Vino y Gastronomía* tiene una periodicidad mensual (salvo los números finales del año en los que los meses de diciembre y enero se unen en un solo ejemplar<sup>546</sup>). Su precio de venta fue de 400 pesetas y la media de sus páginas rondó las 100 páginas.

La estructura de la revista se mantuvo inalterable durante su periodo final en el que se mantienen las secciones.

El sumario de la publicación es de una riqueza informativa extraordinaria. Cada sección viene acompañada del titular de cada texto y la atribución de firma. En este sentido, es conciso y fiable. No depara sorpresas - interiores<sup>547</sup> - y denota organización.

“Mucho Gusto” –espacio promocional-; “Mis vinos del mes” –selección de una referencia enológica destacada por el director de

**SUMARIO**



**12** Los admirables «viejos» de La Rioja todavía laten en las copas de los más aficionados gastronómicos de nuestro país. En esta ocasión se han acercado hasta nuestras páginas algunas de las mejores añadas de 1930 a 1959, deleitándonos con sus cualidades.

**Año VII • Número 72**  
**Diciembre-Enero 1991**

**6** Mucho gusto

**11** Mis vinos del mes  
*Carlos Delgado*

**12** Los grandes ríos nunca mueren  
*María Eléjuru*

**20** Cata de tintos riojanos

**22** Los nombres del vino  
*Miguel Torres*

**24** La cocina del vino  
El Bodegón: el estilo de los grandes  
*Ana Marcos*

**46** Una de las aves blancas típicas de la Navidad es el pavo, en cualquiera de sus infinitas variedades, llevándose la palma el relleno y bien asado.

**30** La bodega del restaurante El Amparo, la fuerza de la juventud  
*Carolina Herrera*

**34** Un chef, un vino  
Angel García y Dom Pérignon, recuerdos de infancia

**38** En la bodega  
Luis Gurpegui Muga: navarro de pura cepa  
*Carmen de Jesús*

**45** El rincón del goloso  
Las fabes, amor a primera vista  
*Ignacio Medina*

**46** Materia prima  
El pavo, esencia de Navidad  
*Manuel Martínez Llopis*

**54** Protagonista  
Gonzalo Torrente Ballester, el espíritu de las letras  
*Ana Marcos*

**60** A la mesa  
Decoración navideña, más bonito todavía  
*Brecha Suárez-Guerra*

**66** Lecciones magistrales de Luis Irizar  
La elaboración de las aves

**68** Armonías  
Polvorones y moscatel: estrellas de la dulzura  
*Carmen de Jesús. Vino y Gastronomía*

**74** Aguardientes y licores  
Anís, en la más pura tradición  
*Manuel Martínez Llopis*

**78** En forma  
Frutos secos, riqueza mineral  
*Cibitide Vázquez*

**84** Economía  
El cava catalán no está para fiestas  
*M. García Urquijo*

**88** La bolsa del vino

**90** Viajes  
Peñíscola, succulencia marina  
*Eduardo Delgado*


**96** Sommelier

**98** Tiempo útil

**100** Agenda


**102** Slow-Food

**104** Fue noticia



**HEMOS HABLADO DE**

Brandy Triple Seco (27), Carta Blanca 1935 (20), Cefífanos (26), Chinchón Dulce (77), Conde de la Cortina (72), Del Mono (77), Dom Pérignon 1980 (34), El Clavel (77), Glorioso Reserva Especial 1955 (21), Gran Reserva 904 1958 (20), Hebras de Oro (72), Harekat Mout-Rubi (106), Imperial Gran Reserva 1952 (77), La Asturiana (77), La Castellana (76), Las Cadenas (76), Machaquito (77), Marqués de Riscal 1945 (20), Mauro del 86 (26), Mendiavi 89 (42), Monte Ory 89 (42), Moscatel Cartojal (72), Moscatel de Pasas (72), Moscatel Extra Extra (72), Moscatel Sarda (73), Pedro Masana (73), Raimat Chardonnay (27), Reserva Especial 1958 (21), Viña Albina 1942 (21), Viña Mayso (106), Viña Real Gran Reserva 1938 (20), Viña Tondonia 1947 (21).



**74** Este preciado líquido dulce y transparente ha sido, a lo largo de nuestra historia, una bebida fiel a nuestras mesas; por ello, España, de norte a sur, se encuentra salpicada de alambicadas destilerías.

Vino y Gastronomía 5

Sumario del número 72 de *Viña, vino y gastronomía*, diciembre-enero de 1991. La organización configura periodísticamente la propuesta y avala la viabilidad del que ya parece un proyecto sólido enfocado al ahora gran mercado de consumo de revistas especializadas en gastronomía.

<sup>546</sup> Así ocurre con los ejemplares publicados en las navidades.

<sup>547</sup> Me refiero a contenidos que no se reflejan en la presentación de la revista. Menciono este aspecto dado que es una de las tendencias de las publicaciones del periodo que denota cierta improvisación o jerarquización sobre los contenidos lo que nunca ha sido de mi agrado, pues como sumario, sumario espero. Con el índice temático de cada ejemplar de *Viña, Vino y Gastronomía* se materializa la posibilidad de indicar en una sola página los contenidos completos, de una revista que como media y en orden similar al resto de revistas del periodo- consta de cien páginas.

la revista, al que siguen generalmente un reportaje y una cata al reportaje vinculado-; “Cata” -cada número una DO<sup>548</sup>, un monovarietal o blend o coupage-; “Los nombres del vino” -espacio para enólogos, bodegas y propietarios-; “La cocina del vino”; “La bodega del restaurante” -donde de la guía del sommelier de un restaurante el lector descubre las características de la bodega en concreto-; “Un chef, un vino”; “En la Bodega”; “El rincón del goloso”; “Materia Prima”; “Protagonista” -entrevista con algún personaje de diversa índole o profesión en la actualidad del momento y al que se le invita a conversar entre otras cosas de vino y gastronomía-; “A la mesa” -espacio para la buena mesa en su sentido más protocolario-; “Lecciones Magistrales de Luis Irizar” -incluye el paso a paso para el tratamiento y preparación previa de alimentos o su cocinado; “Armonías” -nuestro actual maridaje-; “En forma” -alimentación y gastronomía desde el punto de vista de la nutrición-; “Economía” -sección que analiza la actualidad económica del sector enológico-; “Viajes”; “Sommelier” -espacio donde se destaca cada mes un profesional determinado-; “Tiempo Útil”, “Agenda” y “Fue noticia” cierran cada ejemplar.

Será posible encontrar la publicación en el quiosco entre el periodo que abarca los años 1989 y febrero de 1991. Con el número 74 del mes de marzo de este mismo año sobreviene el cambio definitivo con el que la revista se ha mantenido hasta su completa desaparición en diciembre de 2014<sup>549</sup>. Dando el adiós definitivo a la “viña” de la portada, pero sólo en lo relativo al término que se incluirá en cambio como parte del nombre de la cabecera en páginas interiores. No obstante, su esencia continuará viva y así, en 1991, la revista abre la tercera etapa de este proyecto editorial que ahora aparecerá a la venta como *Vino y Gastronomía*.

---

<sup>548</sup> Denominación de Origen.

<sup>549</sup> Estas páginas correspondientes a la investigación sobre *Vino y Gastronomía* terminan su última revisión a finales del mes de noviembre de 2015 sin que en dicha fecha *Vino+Gastronomía* haya hecho el menor intento de reaparición física en los quioscos nacionales.



### 3.2.8.9.2 *Vino + Gastronomía*

Alejada de complacencias y preocupada por el sector al que se dedica *Vino y Gastronomía* viene en muchos sentido a poner un contrapunto a la fiebre de locales, restaurantes, productos y recomendaciones. La publicación ocupa un hueco en el mercado de revistas especializadas de manera particular. Añade la siempre bienvenida cordura fruto de los espíritus críticos y buena parte de su filosofía editorial se encuentra el hecho de poner el foco de atención en aquellos aspectos que no siempre quedan claros al consumidor.

La década de los años noventa representa un periodo relevante para las publicaciones especializadas en gastronomía, más que nada por la ferviente actividad del sector gastronómico. Esto se refleja también en *Vino y Gastronomía* que a lo largo de estos años ha conseguido subir posiciones avalada por la organización de concursos como *Sumiller* (con el importante galardón Nariz de Oro) nacido en 1991. Con la consideración de calidad de la que goza el resto de publicaciones aporta sin embargo un estilo particular que vinculado al mundo del vino encuentra acomodo y la convierten en una publicación a tener en cuenta a la hora de adquirir u optar por una u otra cabecera. La competencia entre revistas especializadas en gastronomía durante este periodo es evidente, con variadas propuestas dispuestas a hacerse con el selecto lector de publicación gastronómica. La selección temática y la repetición podrían parecer algo consumado, sin embargo, nada más lejos de la realidad. Responsables y redacciones –en plural dado que dan forma a la revista personal propio y colaboradores- demuestran la diversidad de enfoque y productos.

En este sentido, *Vino y Gastronomía* será siempre una revista con tendencia reflexiva y/o valorativa en sus textos en los que correlaciona características y peculiaridades sobre todo procedente del mundo del vino, terreno que tanto domina. La revista aboga por promocionar la calidad e imagen de los vinos pero siempre apoyándose en textos que ofrecen trayectoria o recorrido. Desde sus páginas se realiza un verdadero esfuerzo por divulgar y popularizar todo lo que tiene que ver con la materia vitivinícola y también gastronómica de manera independiente. A decir verdad y sin que pueda llegar a sentenciarse con rotundidad, en cierto sentido la revista

representa una nota, si no discordante, lo cual no sería del todo justo con los textos de idénticas características incluidos en revistas dispares entre sí como *Viandar*, *Sobremesa* en ocasiones y la misma *Club de Gourmets*, sí puedo afirmar que es el principal acento de la publicación como veremos más adelante.

La publicidad que se aloja en esta revista procede prácticamente por no decir en su totalidad del vino. Y con frecuencia los anuncios son a una página por marca o bodega.

*Vino y Gastronomía* es una publicación limpia, alejada del impacto que busca el abuso de textos destacados. La lectura fácil siempre gira en torno a la actualidad. Asimismo la búsqueda de intelectuales destacados, la ligazón vino-cultura o vino-bebida cultural está presente en la revista a través de la figura protagonista que cada mes es objeto de una entrevista.

Durante este periodo concreto de la historia de la revista, el ochenta por ciento de los contenidos estarán dedicados al vino, el resto se dividirá entre el contenido dedicado a la entrevista del personaje destacado en portada, y la gastronomía.

A finales de esta fructífera década para la revista, en 1998<sup>550</sup> el director de *Vino y Gastronomía* es ya Víctor Rodríguez, y, Sofía Magaña, hija del editor, figura como Adjunta a la Dirección.

Instalados en la C/ Amador y Fernando número 6, la revista delega en Elena Ruiz Ballesteros la dirección de arte y maquetación. El formato de la publicación crece en cuanto a aspecto físico (de 28,5 cm de alto x 20 cm de ancho, pasa a medir 30,5 cm de alto x 22 cm de ancho). Aumenta su precio hasta alcanzar las 500 pesetas, precio que incrementa en 25 pesetas a partir del número 162 de 1999.

La publicación abre con el editorial, al que sigue el sumario, ciertamente evolucionado con respecto a sus orígenes y siguiendo la tendencia gráfica de la estética de esta década (más visual, más fotográfica).

---

<sup>550</sup> En la presente investigación quedan fuera de valoración el periodo de la revista para los años 1991 y 1997, ambos incluidos, dado que ha sido imposible consultar físicamente los ejemplares de la publicación comprendidos en este periodo.



Sumario del número 149 cuya portada estará protagonizada por Juan Echanove. La revista ahora es sólo *Vino y Gastronomía*.

La revista traslada ahora a sus portadas la figura humana; caras conocidas que sostienen esa copa de vino cultural. Hace tiempo que atrás quedan los bodegones en relación con el vino. Antonio Canales, Antonio Mingote, Juan Echanove, Ana Rosa Quintana, Inmanol Arias, Javier Gurruchaga, Alfonso Ussía, Inés Ballester, Carlos Herrera, Iñaki Gabilondo o Luis García Berlanga, son algunas de los profesionales de portada durante estos años, concretamente entre 1998 y 1999.

Ana Marcos (redactora jefe) y Marta Santos participan en la redacción de la revista que cada número cuenta con una serie de colaboradores externos como Lahera, Carlos Pascual, Manuel Llanos Company,

Angélica Limón, Pepe Hidalgo, Angélica Allier, Antonio M. Pérez de la Esperanza, Enrique Bellver, Isidoro Merino, Isabel Ferrando, Álvaro Toledo, Inés Eléxpuru, Luis Sánchez Bardón -que será también asesor editorial-, Felipe de la Mora, Manuel Esteban o Guillermo Campos.

La revista cuenta con un importante y nutrido número de fotógrafos con Nines Mínguez a cargo de la imagen de portada (el resto de fotógrafos son: Guillermo Asián, Jean Pierre Ledos y Carlos Pascual).

La estructura de la publicación se mantiene regular, durante esos dos años de finales de década. El paso de la revista hacia el nuevo siglo vendrá protagonizada por un importante cambio de diseño en 2004, y por uno de los temas de actualidad



gastronómica hoy, la entomofagia y sus futuras posibilidades de incorporación a la dieta. Este hecho en apariencia menor es sin embargo significativo porque sirve para ilustrar como la selección temática, y, en cierto sentido, la antelación y detección de temas relevantes con los que ilustrar y tentar a la audiencia, está muy presente en la publicación. De este modo la revista consigue además consolidar ese rasgo diferencial en cuanto a enfoque, presentación y contenido con respecto al resto de competidoras; la publicación en este sentido se muestra hábil. Hasta ese año 2004 y con una remodelación parcial que sin embargo anuncia el aire nuevo a finales de 2001 marcada por los cambios introducidos en el número 183 –número dedicado a los entusiastas, conocedores y falsos entendidos del vino-, *Vino y Gastronomía* se ha mantenido en el quiosco al precio de 600 pesetas, más tarde su casi equivalente en euros, los 3,90 €, aguantarán hasta ese 2004 en el que saldrá a la venta al precio de 4,50 € con el gran cambio exterior e interior con la que la hemos conocido hasta su extinción. Entrado el 2010 la publicación incrementará su precio hasta alcanzar los 6 €, precio con el que finalmente salió del mercado<sup>551</sup>.

Tapeo, barbacoas, pescado y ciudades con sabor serán ejes de múltiples artículos durante este periodo en lo gastronómico del 2000. En lo vitivinícola la revista se volcará con los cambios de legislación que afectan al vino, los transgénicos, la vid clonada, los importantes cambios de imagen que están experimentando el conjunto de productores del país, ya sea en el etiquetado como en la propia construcción o remodelación de bodegas, las particularidades de cada variedad, y, las propuestas de combinación o maridajes entre alimentos y determinados vinos permanecen pues son verdaderos puntos fuertes de esta revista. En este sentido se muestra mucho más preocupada o interesada, si se prefiere, por la instrucción del buen bebedor de vino, tanto en lo tocante al preciado líquido como al alimento que ha de acompañarlo. Así como del reconocimiento de la figura del sumiller. La revista destacará por atraer con verdadero tino, la relación del vino con las cocinas, ingredientes o sabores de moda; también con la tecnología y/o avances vitivinícolas. En lo que atañe a la cocina, selecciona los temas de actualidad para llevárselos a su territorio. Sobre los mismos

---

<sup>551</sup> La revista *Vino+Gastronomía*, registra previsiblemente su último incremento de precio con la publicación del número 237, año 2010.



ilustra y ofrece comparativas y en este sentido la revista presta especial atención a la prescripción.

El fumador de puros –la revista llegará a contar con un asesor para catas de cigarros<sup>552</sup> con lo que queda clara la categoría e importancia que la misma le concede al tabaco-, la coctelería y los productos destacados de determinadas regiones son igualmente temas que con periodicidad acaparan la atención de la revista. De hecho la cava de puros encuentra acomodo en sección propia, “Zona de Fumadores”<sup>553</sup>.

Como hemos visto en publicaciones anteriores la predilección por el reportaje es aquí también terreno común. La nota característica en este sentido la pondrá esa propuesta final de maridaje que acompaña a los textos que, al estilo de *Club de Gourmets* o *Sobremesa*, tienden a la recopilación o contextualización histórica. Diversidad y cultura. Producto y calidades. Vino y características. Estos binomios van siempre de la mano en *Vino y Gastronomía*. El reportaje es uno de los géneros estrella y que mejor maneja la revista.

“Sabores de ciudad” y “Armonías” son dos de las series más características de la publicación antes de entrar en el siglo XX. La primera destaca por la calidad de los contenidos presentados además de por su pertinencia vinícola y/o gastronómica, aspecto siempre presente. La segunda por su gran capacidad de análisis sensorial, concreción organoléptica a la hora de exponer juicios y, por supuesto, por la variedad – sin temor a las dificultades- de propuestas contenidas en la misma.

Paloma San Basilio, Amaya Arzuaga, Belinda Washington, Lorenzo Milá, Víctor Ullate, El Juli –torero-, Lola Herrera, Adolfo Marsillach, Sara Baras o el grupo musical La Unión protagonizan las portadas de la revista en el cambio de siglo. El año 2000 es igualmente un año para la reivindicación de la ingesta de vino como acto distintivo y culto. La explosión de vinos registrado en la década anterior ha conseguido dar forma a un movimiento que, girando en torno a modas, no atiende al vino y su calidad y sí en

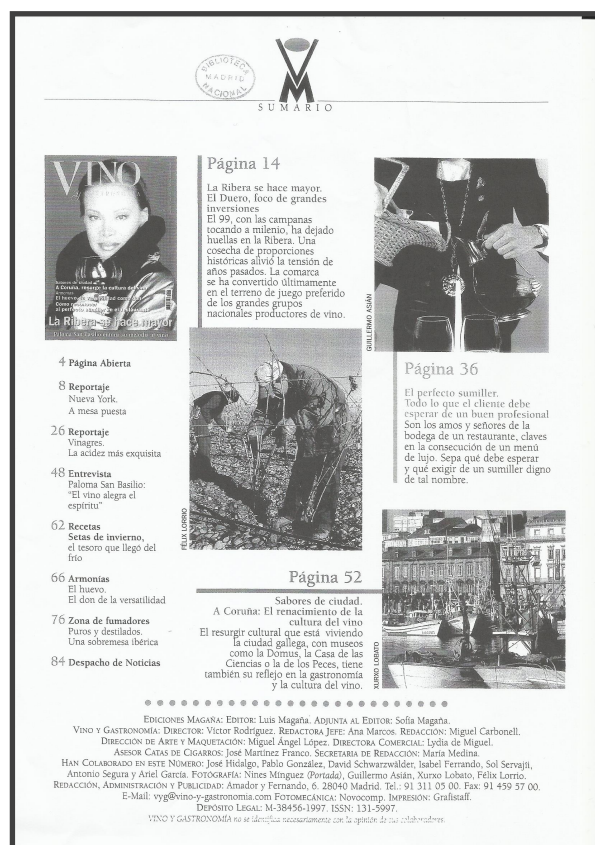
---

<sup>552</sup> José Martínez Franco, Asesor Catas de Cigarros de la revista *Vino y Gastronomía* durante el año 2000.

<sup>553</sup> Los textos que forman parte de esta sección en algunas ocasiones están firmados por la redacción, otras por Beatriz Sánchez Lechuga, redactora jefe.

cambio a su habilidad mercantil, de posicionamiento y marketing. Por esto motivo, a revista se queja, o al menos lanza la sospecha, en varias ocasiones, sobre listados y famosas revistas enológicas con gran poder de persuasión –sobre todo se refiere a las extranjeras y en concreto a un listado emitido por *The Wine Spectator*<sup>554</sup>.

Valiente o sincera, a la revista le gusta la cata comparada cuando tiene ocasión, lo que no viene sino a constatar su pasión por el vino y el reconocimiento de sus características.



Sumario del número 164, año 2000.

Como viene siendo habitual hasta ahora en la revista, este estilo de redacción es firme. Los textos rezuma seguridad, conocimiento y trabajo de investigación. Pero también seriedad y uniformidad a pesar de pertenecer a diferentes periodistas que sin lugar a dudas han sabido tomar el pulso al lector de *Vino y Gastronomía*. No obstante no debemos asimilar esa seriedad con un estilo sobrio, carente de imaginación o tedioso. El

Con cada número, en cambio, se ofrecen datos extraídos tras realizar catas de vinos agrupados por determinadas características como las geográficas. También se preocupa por analizar la bodega de los restaurantes y su acierto o desacierto en la carta de vinos que acompaña a cada local, así como de la redacción de la misma. Este sentido y afín a su filosofía la revista reivindica el buen hacer y guía del sumiller, figura profesional que considera indispensable y pareja de la buena mesa.

Durante este año 2000 la revista continúa guardando características en el estilo de redactores que participan en cada número.

<sup>554</sup> Revista *Vino y Gastronomía*, nº 164, año 2000.

juego retórico creativo no es precisamente uno de sus principales rasgos, los titulares son casi siempre excesivamente concisos, textuales o previsibles, lo que tiene la ventaja de cara al lector de no conducir a engaño o decepcionar. Titulares como “Vinos de alta costura” –en relación con Francia-; “Gangas en el mercado del puro”; “Madrid, paseo de las delicias” –en conexión directa con la calle de igual nombre en la capital-; “Entre cucharas y cúchares” –cocina del toro de lidia-; “Vinos: una propuesta estival” –obviamente, se trata de una reportaje que la revista incluye en un número de verano-; “El agua en el vino” –texto que profundiza en el riego de la vid exponiendo la importancia del mismo en el desarrollo-; “La Syrah” o “De tal viña tal vino”; “Valencia, no es arroz todo lo que reluce”; “Los viejos guisos nunca mueren”, etc., me sirven aquí como ejemplo para ilustrar este aspecto que en nada desmerece al desarrollo textual de cada tema.

Este año marca además, dentro del sector agroalimentario, una época de gran protagonismo para el aceite de oliva virgen extra que consiguen capturar la atención del público. Ofrecer al lector sus características y beneficios, al productor la tendencia e influencia así como las posibilidades en la alta cocina y en general en la restauración son objetivo de los textos. Los monovarietales van a revolucionar el sector y van a proporcionar muy buenos textos gastroperiodísticos.

Entre los numerosos colaboradores de la revista destacan: José Hidalgo Togores, Pepe Iglesias, Maricar de la Sierra, Ana Marcos –jefa de redacción que firma abundantes textos-, Manuel Llanos, Beatriz Sánchez Lechuga, Antonio Segura, Ariel García, Enrique Caldach.

El vino de garaje, la gastronomía y el viñedo transgénicos, la ley de los organismos genéticamente manipulados (OGM), y de nuevo las guías, esta vez la Michelin, son algunos otros temas destacados.

Con diez números al año durante el 2001 serán protagonistas de portada además de la obligada copa de vino, instituida en referencia o eje de la publicación: los escritores Espido Freire y Antonio Gala –también entrevistan a Juan Manuel de Prada aunque no protagoniza portada, el número que contiene su entrevista es un collage resumen del año-; los actores Nuria Espert, Pepón Nieto y Neus Asensi; el cantante José

Ramón Julio Martínez “Ramoncín”; las figuras televisivas del momento Carlos Sobera y Juan y Medio; y Juancho Armas Marcelo, escritor y director del programa “Los Libros” de La 2 (TVE).

Este año la revista incorpora algunos suplementos que acompañan a la publicación habitual, como es el caso de la guía “Ciudades con Gusto”, fruto del trabajo anterior que ha ido apareciendo en la revista. Esta guía estará patrocinada por el grupo de transportes Avis y en su interior incluye publirreportajes debidamente indicados. O de la “Guía de los 300 Mejores Vinos de España” –coloquialmente adjetivada como “guía Toyota”, uno de sus más fieles patrocinadores-.

Armonizaciones con especias, lamprea –drácula marino-, merluza, foie-gras, polvorones, platos fríos, tomates, una obra maestra sobre armonías cuando la delicadeza es la nota del alimento firmada por Cristino Álvarez quien se incorpora este año a la publicación, o el maridaje de la cocina a fuego lento (asados), son algunos ejemplos con los que el lector de esta investigación puede hacerse una idea de la singularidad propuesta. Para que no quepan dudas a este respecto explico lo siguiente: al contrario que otras publicaciones que buscan una determinada cocina, con frecuencia con firma, *Vino y Gastronomía* busca el tipo de alimento y lanza a sus colaboradores el reto de armonizar y de hacerlo al margen de la bodega del restaurante.

La fiebre asiática, los productos del mar, los callos, Galicia –uno de los clásicos recurrentes-, y el notable auge (y reconocimiento) de las escuelas de cocina, son temas coincidentes con otras publicaciones como *Club de Gourmets* o *Sobremesa* durante este año.

La preponderancia fotográfica -Nines Mínguez como responsable de la imagen de portada, y con el trabajo intercalado en diferentes números de Guillermo Asián, Andrés Martín, Andrés Martín, Blanca Gortari y Félix Lorrio- y su calidad son igualmente características notables de la publicación durante este periodo en el que comienza, además, a contemplar la ilustración o el dibujo como compañera conceptual de los textos.

En la redacción o bajo la figura de colaborador se producen incorporaciones como la de Guillermo Campos, David Scharzwälder, M<sup>a</sup> Ángeles Sánchez, Luis Vida, Diego Núñez, y Jesús Fdez. Montes, entre otros.

Los aromas del vino, la importancia del cristal, la variedad Merlot, los media-crianza o semi-crianzas, el fenómeno de imitación a tenor de la globalización, vinos de Toro, Priorat y Monstsant, Somontano, la fuerza de los blancos –que reflejan en este periodo el resto de publicaciones enológicas o enogastronómicas-, finalizando ya el año el repaso –datos económicos, variedades al alza, etc.- de la cosecha vigente, y las costumbres del bebedor del vino español centran los textos del vino durante estos años.

Termina este periodo de *Vino y Gastronomía* con la reflexión de la revista sobre la complejidad de la información especializada y el incremento de agencias de comunicación a las que, en editorial abierto, la revista critica el bombardeo de notas de prensa y el escaso o ninguno envío del material comentado con el que realizar la cata y por tanto comprobar calidad y características. Para la revista levanta sospecha el hecho de que “muchas empresas que califican y puntúan vinos en sus guías y revistas, se dediquen en paralelo a

VINO Y GASTRONOMÍA

# SUMARIO

Diciembre 2001 - Número 183



**18. Los españoles y el vino.** Siete retratos provisionales de otros tantos personajes que se acercan con mayor o menor fortuna a una copa de vino.

**30. Enólogos a domicilio.** Un análisis de la figura de los asesores a bodegas en el que se desvelan, a través de los protagonistas, sus peculiaridades.

**46. Cáí, el mar en los labios.** Entre sus encantos destacan una cocina con sabor a mar y una estética a medio camino entre Cuba y Canarias.

**66. Especialistas en Callos.** Íntimamente ligados a nuestra cocina, proponemos una relación de sitios donde se ofrecen los mejores en su especie.

**74. Viaje al país de la trufa.** La región del Périgord destaca por incontables atractivos, entre los que relucen con luz propia las trufas.

**40.** entrevista  
**Juan Manuel de Prada**

El protagonista de esta entrevista es uno de los más recientes valores del mundo literario español de la última década. En ella, este hermético escritor nos desvela algunas de sus preferencias culinarias y vinícolas.



**8.** sobre la cota 700  
**viñedos de altura**

Elegimos y catamos doce vinos representativos del cultivo de la viña en altura, estableciendo una cota mínima de 700 metros, que nos ha llevado de Navarra al Penedès, del Bierzo a la Ribera y de la Sierra de Alcaraz al Teide.

**54. A fuego lento**

Representa el arte gastronómico más primitivo de la historia, aunque conseguir un buen asado requiere determinados conocimientos. ¿Quiere saber cómo conseguir que la carne esté en su punto? Les invitamos a estas armonías.



© EDICIONES MAGAÑA  
EDITOR: Luis Magaña. ASISTENTE AL EDITOR: Sofía Magaña  
VINO Y GASTRONOMÍA:  
DIRECTOR: Víctor Rodríguez  
REDACTORA JEFE: Beatriz Sánchez Lechuga y M<sup>a</sup> Ángeles Sánchez Vicente  
DISEÑO Y MAQUETACIÓN: Estudio Manuel Rodríguez  
SECRETARÍA DE REDACCIÓN: María Medina. COLABORADORES: María Santos, David Scharzwälder, Antonio Valverde e Inés Eléxpur.  
ILUSTRACIONES: Toño Benavides. FOTOGRAFÍAS: Guillermo Adán, Ninos Minguez (portada), Pablo Neustadi, Roberto Gómez e Inés Eléxpur.

REDACCIÓN, ADMINISTRACIÓN Y PUBLICIDAD: Amador y Fernando, 6. 28040 Madrid. TEL.: 91 311 05 00. FAX: 91 459 57 00. E-MAIL: vino-y-gastronomia.com E-MAIL SUSCRIPCIONES: suscripciones-vino-y-gastronomia.com FOTOCOPIAR: NOVOCOMP. IMPRESIÓN: Producción Consultas, S.A.  
DEPOSITO LEGAL: M-38456-1997. ISSN: 131-5997. VINO Y GASTRONOMÍA NO SE IDENTIFICA NECESARIAMENTE CON LA OPINIÓN DE SUS COLABORADORES

Nuevos cambios en cuenta organización y estructura tendrán lugar con la puesta a la venta del número 183 del año 2001.





explotar y hacer negocio con clubs de vinos, mediante soportes tradicionales o a través de internet”<sup>555</sup>.

Es posible afirmar ahora, aunque este aspecto ha estado presente en la publicación, que a partir de este año 2001, la revista acentúe ese punto de vista a favor del consumidor y en contra de las modas y leyes del mercado apostando por textos que susciten la reflexión individual y colectiva. Así, junto con el fichaje de Cristino Álvarez como colaborador, la picaresca del mercado, las diferencias entre unos y otros productos aparentemente

similares, los precios, las características, en definitiva, desengranar las opciones del consumidor en el mercado enológico y gastronómico va a ir adquiriendo más peso entre estas páginas .

La entrada en 2002 del euro conlleva la actualización y revisión profunda de los contenidos junto con el cambio estético que atañe al diseño, la tipografía, y, en general, con el aumento de la inclusión de dibujos e ilustraciones, en definitiva, con el cambio de estilo a cargo del director de arte Manu Rodríguez, y los dibujos de Toño Benavides, la revista culmina el año renovada. No serán los cambios definitivos pues llegado el 2004 acaecerá el cambio más radical, el que le proporciona esa seña de identidad externa que sin embargo ya aparecía en la publicación, ante los ojos del lector minucioso.

<sup>555</sup> Revista *Vino y Gastronomía*, número 177, año 2001. Editorial.

“Página abierta” –destacados y novedades del sector gastronómico-; “Novedades” -centrado en las novedades procedentes del mundo del vino-; reportajes variados sobre el objeto central de la publicación, el vino; la entrevista siempre de carácter cultural y en armonía con el mundo del vino; el habitual espacio o sección titulada “Ciudades con Gusto” –reportaje que recoge lo mejor de una ciudad-; “Armonías”; “Saber de Sabores” –una doble página con información y selección de productos gourmets-; a este espacio le sigue un reportaje sobre producto; y “Despacho de Noticias” -rincón de actualidad- son las nuevas secciones de la remodelada publicación.

Los próximos números alternarán las imágenes fotográficas de productos, paisajes, cocineros y recetas con una ilustración. Los protagonistas de portada son en su mayoría personajes relacionados con el vino, y, en menor medida con la gastronomía donde el vino es una parte. *Vino y Gastronomía* pone especial acento en 2002 en los alimentos “en vías de extinción” y la clonación que afecta a la viticultura, y la espectacularidad que representan las etiquetas del vino, las cuales seducen y dificultan a un tiempo la selección del comprador.

Las entrevistas son durante estos diez números para: los cantantes Pedro Carbonell, Caco Senante, y Luis Eduardo Aute, cantautor, poeta y artista; Juan Diego, José Sacristán, Gabino Diego y Guillermo Summers, en relación con el cine; el diseñador Roberto Verino; y el escultor Víctor Ochoa.

En cuanto a los contenidos, las remodelaciones con las que se ha cerrado el año pasado se asientan tras experimentar algún retoque menor, y la redacción se declina por el desarrollo de contenidos que en versión instructiva/formativa y/o denuncia –no en sentido alarmista sino más bien en clave de aviso para navegantes-, y las catas y armonías comparativas, son abordados a partir del género reportaje que tanto juego da en cuanto a recorrido largo.

Aquella previsión al titular ha ido desapareciendo y favoreciendo la imaginación y con ellos despertando el interés de una nueva generación de lectores a los que sin duda alude el cambio estético.



Las nuevas cosechas; los demandados wine; la serie “Entra por los ojos” en dos entregas sobre los aspectos de etiquetado, marketing y comercialidad del vino; la alta cocina y sus precios, los ajustes en los menús de los grandes maestros, la petición de adaptación de las leyes y los reglamentos que rigen el vino con motivo de la entrada en el euro, los vinos de La Rioja, los ecológicos, la fiebre verde –ecología, medioambiente-, el mar y montaña de la cocina catalana, el auge de las falsificaciones en torno a las antiguas añadas, los elevados precios del vino en el restaurante,

Atún, guisantes y sus variedades –habas y tirabeques-, postres, tintos para platos de verano, el arroz y la pasta son algunas de las armonías propuestas.

Lo que durante este año parece ser una prometedora sección titulada “Vino a consulta”, no será regular.

La regularidad es la nota durante el 2003. La presencia, trabajo e importancia de la mujer en el ámbito enológico o de la restauración, bien a través de entrevistas, reportajes o artículos, sale si acaso algo reforzada pues protagoniza varios números. “Cocinas con aroma de mujer” y “Mujeres del vino”, “Cata ella, cata él” y “Enólogas. La ciencia cierta” son los titulares que con los que se anuncian estos temas en los que se refuerza el papel de la mujer como hacedora de vinos, conocedora de los mismos, experta de alta cocina, empresaria o responsable de la comunicación de importantes bodegas. Cavas, envejecimientos en barrica y/o botella, vinos generosos, tintos nacionales –variedades familiares, nuestras uvas de siempre como la tempranillo, garnacha, cariñena, mencía o monastrell-; la imparable evolución de los blancos, su ascendente calidad, y, a pesar de ello, también su lucha por conseguir equiparación de prestigio con el imbatible tinto; o el diseño, altura e impacto que está alcanzando la etiqueta del vino son en este periodo los principales textos en torno al vino.

Las repercusiones del hundimiento del *Prestige* dan paso a un interesante reportaje sobre las ostras dentro de la sección “Armonías”. Como viene siendo habitual la revista abre sus textos con la sinceridad expositiva que la caracteriza pues, consciente del boom gastronómico que en materia periodística se está registrando, retoma temas aparentemente poco originales o considerados como clásicos compartidos por las publicaciones especializadas. Su hito y honestidad radicarán en el hecho de ser capaz de

retomarlos para darles aire nuevo, y, así, renovados los ofrece aludiendo al tiempo al necesario recordatorio de pautas, características invariables de productos o metodologías de cata y rematarlos con los avances o posibles novedades que se hayan podido producir entre la publicación de uno u otro texto. Este aspecto le da un recorrido o sentido de unidad didáctica del que carecen, al menos abiertamente, el resto de publicaciones que, como no puede ser de otro modo, también caen en la repetición de objeto reseñado. No obstante, es de justicia anotar a renglón seguido que este hecho ocurre con menor frecuencia de lo que podría parecer de manera general. Es decir, esta afirmación se hace extensible al resto de publicaciones. Sin embargo, me gustaría destacar que la precisión y enfoque global sobre la materia abordada es uno de los puntos fuertes y distintivos de la publicación que es capaz de desgranar y ligar un tema estableciendo conexiones que hacen de cada reportaje un abordaje circular.

El staff de redacción no presenta cambios, y sigue bajo la dirección de Víctor Rodríguez hasta el número 199, ejemplar de la revista que sirve para el cambio: Rodríguez pasa a ser Asesor Editorial y la dirección de *Vino y Gastronomía* recae en Sofía Magaña. En este periodo los colaboradores que firman alguno de los números de la revista son: Alfredo Franco Jubete, Alfredo Franco, Héctor Sarmiento, José Castro, Aminie Filippi, Alain Kelepikis, Alejandra Yáñez Velasco, Claudia Pacheco y M<sup>a</sup> Luz Mangado.

Con el número 201 llega la destacada figura de Emma Sueiro como subdirectora de la publicación y desaparece del staff Víctor Rodríguez que deja tras de sí casi veinte años de trabajo en la publicación.

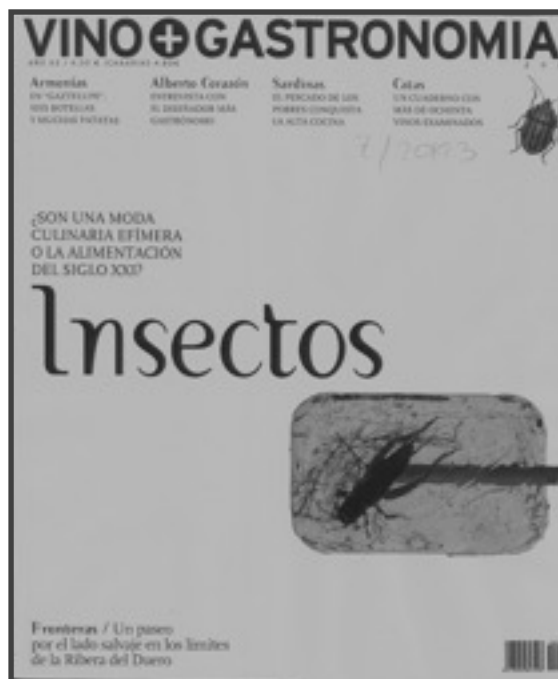
La revista cuenta en estos momentos con una delegación en México que dirige Antonio Marrodán. Igualmente cabe destacar la supresión del fumador en la revista durante 2003.

Podemos hablar de cambio radical tanto en lo que atañe a la estética como al interior de la revista con la puesta a la venta en el mercado del número 202 de 2004.

El trabajo realizado hasta la fecha por *Vino y Gastronomía* ha convertido a la publicación en una de las favoritas del público lector y también de los expertos y

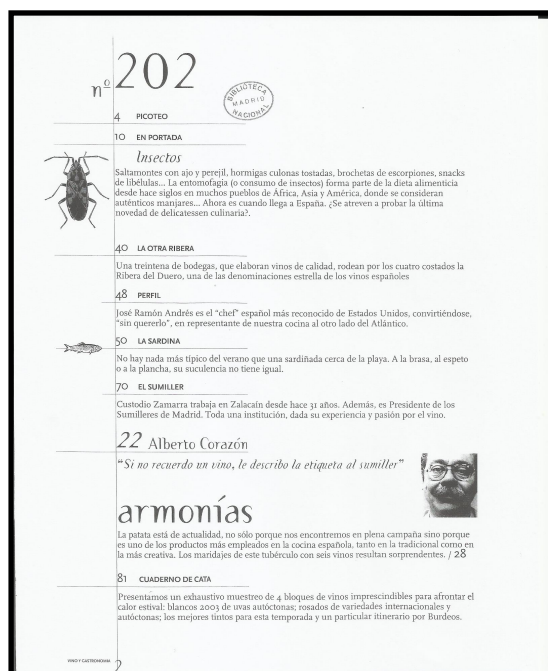
profesionales del vino. La reducción de tamaño (27,5 cm alto x 23 cm de ancho), su singularidad -único en estos momentos en el mercado de publicaciones especializadas en gastronomía, muy al estilo anglosajón- junto a la irrupción de una minuciosa estética de corte minimalista y ese buen hacer editorial y periodístico harán que la publicación sea merecedora del Premio Nacional de Gastronomía 2004 a la Mejor Publicación. Se reconoce así el trabajo realizado por todo el equipo, pero sobre todo por los encargados del proyecto editorial, Carmelo Caderot y

Bellver (Caderot&Bellever), y el equipo formado por Chano del Río y José Carlos Saiz quienes han conseguido renovar con su diseño la estética de la publicación incrementando su personalidad. En esta tarea también ha contribuido el ilustrador



Ulises Culebro -más tarde se unirá Luis Parejo-, aportando notas de distinción significativas y reconocibles en cuanto a autoría.

Es tal el cambio que podemos hablar de nueva época para la publicación en la que aparecen con periodicidad nuevas firmas. Con cerca de 100 páginas -a veces 108- la revista apuesta por la fotografía, y sobre todo por su originalidad que gira no tanto en el atrezzo como en el enfoque y colorido; este va a ser



Página interior. Sumario. Número 202, año 2004.

*Vino + Gastronomía, remodelación.*

otro de los fuertes de esta nueva *Vino+Gastronomía* que no ha permanecido ajena a los cambios y avances del sector gastronómico cuyas elaboraciones, técnicas y protagonistas dan origen a una nueva estética fotográfica. Joan Masats, Fernando de Madariaga, Jesús Alcaraz o Antonio Olza serán habituales de la revista.

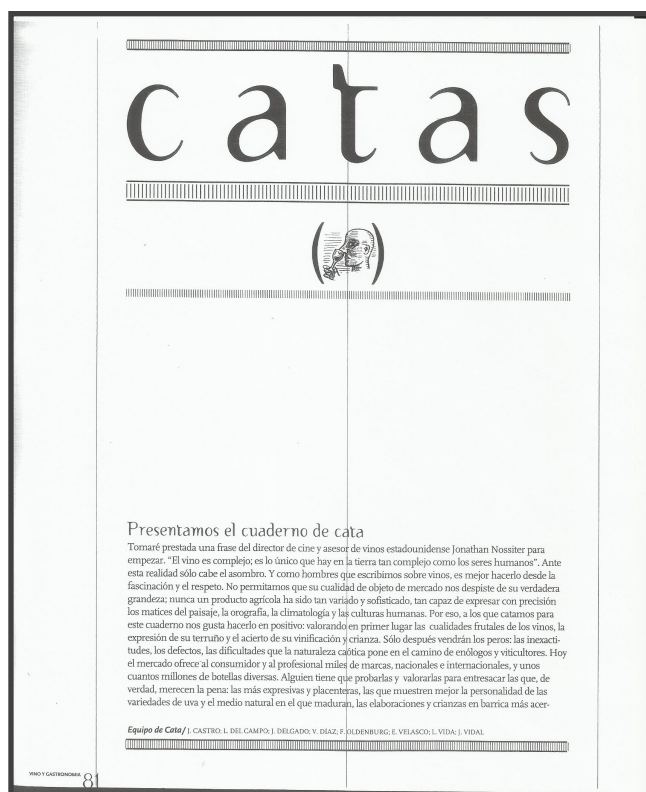
La evidente ascensión de la importancia de la imagen se deja notar en el sector editorial, un testigo que como vemos recogen también las publicaciones periódicas. La era mediática comienza a reconocerse y se hace necesario fortalecer en el mercado las señas de identidad. En este sentido la publicación de los Magaña acierta de lleno al resultar atractiva y reconocible en el quiosco de un solo vistazo. Completamente modernizada, en apenas un número más sus responsables hablarán ya de *Vino +Gastronomía* y no de *Vino y Gastronomía* como venían haciendo.

Es innegable el creciente posicionamiento de la cocina en el interior de la revista, un posicionamiento al alza dado que la gastronomía ha superado la espectacularidad y los círculos selector para insertarse prácticamente a todos los niveles de la sociedad. Pero también bulle el mundo del vino, con bodegas y marcas en expansión y crecimiento. Además de nuevas referencias, nuevos vinos, la especialización del mercado y también la culturización del público es evidente. Este seguramente haya sido uno de los motivos por los cuales la revista considera agrupar en páginas finales lo que llama “Cuaderno de Cata”, fácilmente localizable o detectable por el cambio de papel –difiere en textura y color sobresaliendo del resto del conjunto de la revista-. Se trata de una importante novedad con la que además la revista profundiza todavía más en el mercado del vino, el mundo de la cata y la instrucción o formación del lector.

La vocación de utilidad de la revista encaja a la perfección con el periodismo de servicio que huye de píldoras informativas o incursiones temáticas sin recorrido. La revista mantiene uno de sus principales valores y aportaciones: la sección “Armonías”. Continúa desarrollando grandes reportajes de investigación o monográficos sobre productos. El vino y la buena mesa se igualan o equilibran en el interior de la revista que mantiene su vocación y labor de reconocimiento sobre la figura del sumiller que contará a partir de ahora con mayor protagonismo en su propia sección.

La revista también alumbra nuevas secciones como “Picoteo”, recortes o destacados de variada actualidad; “Asuntos Exteriores” –espacio para el viajero-; “Especies Protegidas” –lo que no sorprende pues *Vino y Gastronomía* o *Vino +Gastronomía* se ha mostrado especialmente sensible con este tema de joyas gastronómicas en peligro por la mala gestión o la invasión ya sea humana o animal-; “Citas” con lo más relevante de la actualidad en cuanto a congresos, eventos o presentaciones.

En cuanto a la entrevista que acompaña a cada número destacando vida, pensamiento obra o estilo de vida de personajes relacionados con el ámbito intelectual y



cultural, ésta se ve duplicada y ampliada con la inclusión del protagonista culinario, a través de dos formatos distintos con los que se amplía el contenido de cada número y se introduce un nuevo formato: a la tradicional entrevista del personaje ajeno al ámbito enológico o gastronómico se añade una entrevista ligera que agrupada bajo el título de sección “Perfiles de autores” ofrece exactamente eso, el perfil personal y profesional de un determinado protagonista de la cocina o el vino. Con el tiempo abarcará también periodistas o

escritores que han sido objeto de actualidad con motivo de premios como es el caso de Jesús Ruiz Mantilla<sup>556</sup> -*El País*- y su novela *Gordos*. “El atracón”, espacio personal de Alfredo Franco; “Comistrajós” de Mikel Zeberio<sup>557</sup>; y, “De la brasa al fuego” de Ignacio

<sup>556</sup> Es la figura objeto de perfil en el número 210 del año 2005.

<sup>557</sup> De todos los números disponibles y analizados sólo se ha encontrado un artículo firmado por Mikel Zeberio.

Medina, firma que aparecerá con más frecuencia; serán las columnas de opinión que aparecen en la renovada revista –las firmas irán rotando con cada ejemplar-. Ambos espacios personalísimos son con frecuencia críticos y marcan distancia con la connivencia de la complaciente y boyante gastronomía comercial, abogan por la reflexión. Estas dos columnas de opinión se ubican al final junto a las páginas dedicadas a las nuevas bodegas, libros y la doble página de artilugios variados –menaje- ponen el punto final a las páginas blancas y marcan el comienzo del “Cuaderno de Cata”, espacio de una media de 15 páginas, con el que cierra la revista.

En lo que respecta a este cuaderno de vinos, el mismo está realizado por varios especialistas que conforman el equipo de cata (en origen formado por: Javier Castro, Lucio del Campo, Julio Delgado, Víctor Díaz, F. Oldenburg, Ernestina Velasco, Luis Vida, Jordi Vidal). Las páginas cierran con “El Candil” de Andrés Proensa, columna de una solo aparición, y, “El Apuntador” de Juanjo Asenjo quien finalmente se hace con el espacio.

Como complemento de la revista en el número 203 se incluye la segunda entrega de la *Guía de las Mejores Vinotecas de España 2004* del *Aula Marqués de Arienzo* – grupo Domecq-. La misma da cuenta de los establecimientos del país más destacados en la venta de vinos y productos *delicatessen* o *gourmet*.

Durante el 2005 nombres como el de Albert Solano, Xavier Agulló, Raquel Castillo, Antonia Campoy, J.M. Sánchez Foy, serán colaboradores o artífices de textos, reportajes y entrevistas. El propio Gaspar Rey, editor de *Cocina Futuro*, firmará un reportaje sobre la ciencia, la tecnología y los utensilios de cocina<sup>558</sup>.

La *Guía de los 300 Mejores Vinos de España* –ahora guía Rover- también se aviene a la nueva estética bajo la coordinación de Luis Vida. Este mismo año la revista publica, por primera vez, el ranking de los diez mejores platos –selección que encarga a varios de los críticos más populares y valorados del país- y dos reportajes singulares que merecen mención por la investigación, estilo de redacción y originalidad. Ambos aparecen en el número 209 de *Vino+Gastronomía*, uno se titula “La vuelta al mundo en doce grandes meses” y firmado por Emma Sueiro, y, el otro, sin titular aparente en el interior salvo el

---

<sup>558</sup> Revista *Vino+Gastronomía*, número 205 de 2005. Pp. 8-20.

anuncio del combate, no es más que la recreación pugilística entre los vinos de Castilla-La Mancha y Castilla-León, un brillante texto firmado por Luis Vida. El primero es un viaje culinario sin imitación, el segundo repasa historia de viñedos, legislaciones y características de ambos territorios y vinos en un recorrido igualmente singular.

*Vino+Gastronomía* continúa su exitosa andadura con la cocina de vanguardia, las sagas familiares en la cocina, la flores que se comen, las armonías de espárragos, curries, debiches, el cabrito, las carnes exóticas... y de nuevo los 10 mejores platos del año, esta vez del 2006. En cuanto al vino, este periodo despuntan los textos sobre garnachas, syrah, clásicas de Andalucía, la DO de Canarias, la variedad godello, la tintorera -Henry Bouschet-. Y a los chefs Dani García, Quique Dacosta, Raúl Aleixandre, los hermanos Roca y Sandoval, entre otros, se les dedicarán algunas páginas. Este año se incorpora la firma de Julia Pérez y se habla del alcoholímetro, de los vinos australianos, del turrón por navidad, de las aceitunas y las ostras, y de las fobias de algunos de los chefs más populares de la alta cocina.

2007 es el año en que Paco Roncero se declara o reconoce chef de una cocina moderna que evoluciona haciendo del aceite de oliva virgen extra su seña de identidad. José Carlos Capel no firma en esta ocasión sino que es entrevistado. Es el año en que la revista ficha a Pau Arenós<sup>559</sup> que abre columna y territorio en *Vino+Gastronomía* con “Diario de un omnívoro”. Es el año en que, tras el uso de metales preciosos en la cocina, la revista se interroga por la cocina arquitectónica del metal, una práctica completamente antigua.

Entrevistas a grandes protagonistas como John Radford –autor de *Vinos de España* y gran experto en vino-, Alexander Schmitt -perfumista y profesor de olfacción-, Claus Meyer –emprendedor gastronómico, figura televisiva de Dinamarca-, el director de cine José Luis Cuerda y su San Clodio<sup>560</sup>, entre otros, centrarán los próximos meses. En 2008 el cambio climático, el ciclo de la vida de la viña, su fruto y el vino, las nuevas denominaciones de origen, vinos –bolsa de valores o valores al alza-, y por

<sup>559</sup> El periodista catalán estrena su columna de opinión bajo la estructura de un diario a partir del número 218, (2007).

<sup>560</sup> Nombre de la bodega que posee el director de cine en la zona gallega de la DO Ribeiro.



supuesto cada nariz de oro, son protagonista en el “Cuaderno de Cata” o simplemente “Catas”, como hace tiempo viene indicando el comienzo de estas páginas de color vainilla.

La atención de esta revista en cuanto a observación de la cocina, fenómeno que tras la última remodelación ha ido en aumento, –ya señalé que disecciona la revista dividiendo las páginas en base a las dos áreas que dan nombre a la revista, diferenciándolas además por color y tipo de papel- no pasa como en otras publicaciones que desde su nacimiento se han ocupado principalmente de este aspecto, por realizar análisis o tomar el pulso del momento culinario. Aunque este aspecto se toca en editoriales y subyace en el interior de determinados textos, *Vino+Gastronomía* no publica informes o dossiers específicos, ni realiza ruedas de intercambio de opiniones como si ha hecho por ejemplo *Sobremesa* de manera periódica. No obstante y casi siempre teniendo en cuenta lo acontecido en Madrid Fusión –en este sentido cabe destacar el peso del congreso, su repercusión, a la que esta publicación está muy atenta-, la revista se muestra sensible a las incorporaciones de nuevos chefs y a las nuevas propuestas culinarias, encargando o centrando incluso sus famosas Armonías en estas nuevas figuras revelación –caso por ejemplo de la cocina de David Muñoz y su neo-sushi<sup>561</sup>–.

Esther Ibáñez, Emma Sueiro, Beatriz Sánchez, Andrea Román, Jesús Bernad, Irene de la Oliva, Marina Lobo, Julia Pérez y Raquel Castillo firman los reportajes principales de gastronomía.

Vanesa Viñolo, es ahora la nueva coordinadora del “Cuaderno de Cata” además de autora de reportajes y textos vinícolas firma alguno de carácter culinario o en relación con algún aspecto de la cocina como ocurre con “La cocina del fuego”<sup>562</sup>. Yayo Galiana firma en este periodo las fotos del reportaje dedicado a “los segundos de las estrellas” Michelin, junto a Fernando de Madariaga y Joan Masats. Otros fotógrafos que realizan su trabajo para la revista son: Gonzalo Höhr, Juan txo Egaña y Rafael Lop. Las

<sup>561</sup> El número 223 del año 2008 centra las páginas de “Armonías” a este concepto y propuesta culinaria que catapultó al por entonces joven cocinero.

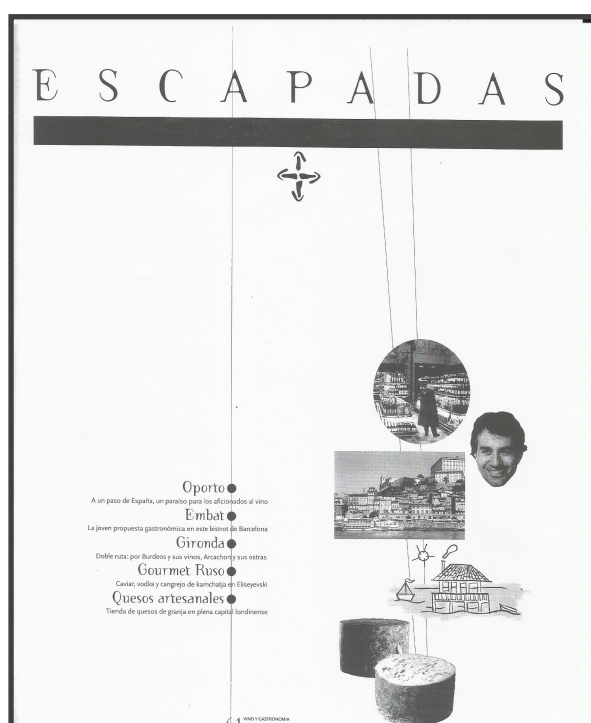
<sup>562</sup> La firma de Vanesa Viñolo va asociada al mundo del vino pero en esta ocasión realiza un reportaje sobre el fuego en la cocina. *Vino+Gastronomía* número 224, año 2008. Pp. 10-18.

secciones habituales se mantienen y las firmas de Arenós, Jubete y Asenjo se han convertido en una cita esperada para los lectores, así como el rincón de “El sumiller” donde cada mes se destaca la figura y el papel de uno de estos profesionales.

Este es el año en que se desata la última de nuestras crisis. 2008 se traduce en cierres de muchos restaurantes y rebajas en la cuenta de muchos otros para acomodarse a la nueva situación que indica un solo deseo: sobrevivir. A este respecto la revista se interroga por los precios anteriores, por su elevado precio, tan elevado que invita a la reflexión sobre si esa rebaja es posible y se sigue ganando dinero, no sería que antes, el restaurante, sus propietarios, nos estaban engañando<sup>563</sup>. La revista mantiene la originalidad más allá de lo evidente de su diseño: enfoques y propuestas son verdaderamente únicas. Al cerrar el año regresan a portada los diez mejores platos del año, selección que desde hace tres años recae en críticos expertos.

Nuevos temas y nuevas tendencias –huertos y viñas urbanos, o, las nuevas fórmulas de la alta cocina- fruto de la situación económica son los principales aspectos a destacar durante el próximo año 2009 en el que la revista se mantiene inalterable salvo por la incorporación de “Escapadas”, miniespacio con minipropuestas que dan mucho de sí en muy poco tiempo. La cocina de los pescadores, la del toro de lidia, las nuevas creaciones de la alta cocina o la entrevista a Massimo Bottura, son algunos de los temas abordados en un periodo que en adelante podemos catalogar en la historia de esta revista como continuista.

En octubre de 2010 y con aspecto de periódico, Luis Magaña pone en circulación el suplemento a la revista La Nariz de Oro. El primer boletín del catador



Escapadas es la novedad que introduce la revista *Vino + Gastronomía* entre sus páginas durante el año 2009.

<sup>563</sup> Revista *Vino+Gastronomía*, número 227, año 2008. Editorial, p. 1.

y el sumiller que, entre otros contenidos, recoge todo lo relacionado con este prestigioso galardón.

Este año representa la integración de la serie “los mejores 300 vinos de España” en las páginas de la revista. Unos corchos numerados indicarán al lector la preciada selección que la revista de ese mes esconde en su interior.

Vinos naturales, la inversión en vino, el vermut, el sake, los cereales, cócteles, lechugas, la pasta, carne roja y de vaca, el buey destornado, *neorioja*, barricas, vodka, foigras, las nuevas cervezas, los cerebritos del vino –Master of Wine-, el ascendente emporio de las verduras... son sólo algunos de los grandes reportajes que *Vino + Gastronomía* publica durante sus últimos años.



Número 1 del periódico-suplemento La Nariz de Oro (el concurso que buscó durante años al mejor sumiller de España).  
Octubre de 2010.

Durante el periodo de vida de la publicación, la visión sincera, reflejo de la personalidad de sus artífices, al tiempo reflexiva y alejada de lugares comunes o acomodaticios es digno de mención. Sin ligazón a clubes de vino alguno, pero con bodega en propiedad<sup>564</sup>, durante su existencia, además de aglutinar a las mejores firmas con renombre del panorama gastroperiodístico, atendió a las necesidades del nuevo neo-gourmet y el imparable ascenso de productos y referencias enológicas que durante los últimos años fueron apareciendo en el mercado español. Huyendo de adornos innecesarios, de connivencias y autocomplacencias, sin duda ha sido una de las publicaciones que ha

<sup>564</sup> Conviene destacar aquí que la publicidad de Ribera del Duero ha sido prácticamente nula. Del análisis realizado, en el que no obstante faltan algunos periodos, sólo se ha dado con dos anuncios de la bodega propiedad de los editores de la revista, los mismos pertenecen al periodo final de la revista.

La revista nació con vocación de argumentar el vino y durante sus últimos números fue, verdaderamente y en lo que atañe a su papel gastroperiodístico dentro de esta pequeña historia de la revista especializada en gastronomía, una revista de vino y gastronomía con argumento.

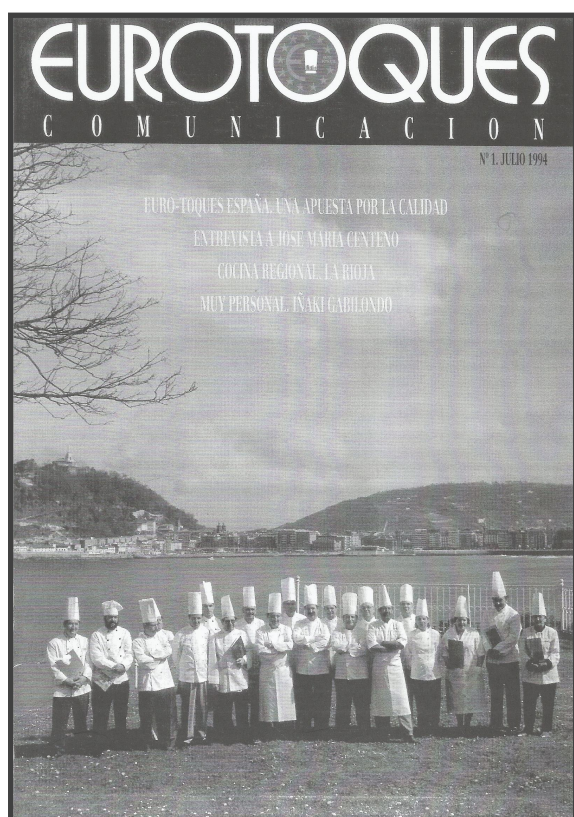
Ante falta de respuesta de los responsables de la publicación a determinadas cuestiones con las que se pretendía ampliar esta exposición sin más objetivo que dejar constancia del trabajo realizado por *Vino+Gastronomía*, tengo que concluir que la suya fue una larga y fructífera vida. El paso al terreno digital, sin duda alguna, hizo mella, su falta de adaptación pues la revista no ofreció contenido alguno en la web, tan sólo remitía a la revista física -el debate sobre esta postura se comprende pero los tiempos y años posteriores a la irrupción de Internet han demostrado que la web no es sólo un escaparate o un reclamo, sino que debe ser una pata más del proyecto editorial-. Este hecho junto con las dificultades propias por los que atraviesa el periodismo de papel pudieron precipitar el final de una publicación que en lo temático, en la originalidad y calidad de sus textos, así como en el por entonces rompedor diseño -la limpieza y estilo seguirían vigentes a día de hoy en mi opinión- han hecho que esta publicación tenga un lugar destacado en esta historia de cocina y revista. Insisto en que me hubiera gustado que fuera mayor y más exhaustivo el análisis sobre esta cabecera, pero las dificultades en esta ocasión lo han hecho imposible. Con todo, filosofía, características y trabajo quedan aquí reconocidos.

### 3.2.8.10 Con toque europeo. Los cocineros se organizan, toman la palabra y escriben

#### 3.2.8.10.1 Eurotoques

En julio de 1994 se publica en España la revista profesional *Euro-Toques*, publicación específica del sector hostelero que, encabezados por los principales chefs, lanza esta iniciativa con la que pretende recoger y trasladar las preocupaciones del sector en torno a la alimentación y la gastronomía, así como sobre las políticas específicas que le afectan. Ante una Europa sin fronteras, los cocineros de España, con Juan Mari Arzak como figura destacada dentro del colectivo, cogen el testigo de la *Comunidad Europea de Cocineros* gestada en Bélgica en 1986. La defensa y calidad de los productos que se emplean en la cocina junto con la defensa y necesidades que este sector profesional percibe sobre el impulso de su actividad serán las principales armas

de inspiración del proyecto europeo en su puesta en marcha en España.



Portada del primer número de la revista de la Asociación Euro-Toques España.

En realidad, la *Comunidad Europea de Cocineros*, *Euro-toques*, llevaba en 1994 funcionando hacía algunos años. De la misma asociación venían formando parte -el mismo año en que la Delegación de *Euro-Toques España* lanza su publicación con sede en San Sebastian-, 4.000 cocineros cuya labor profesional se estaba desarrollando en 17 países del entorno europeo<sup>565</sup>.

Bajo la presidencia del promotor y fundador de la asociación, Juan Maria Arzak, y desde el primer ejemplar publicado en el mes de julio de 1994, la revista profesional de

<sup>565</sup> Revista *Euro-Toques*, número 1, julio de 1994. Editorial, p. 1.



periodicidad trimestral extenderá su recorrido hasta el año 2006 en el que su transformación física se corresponderá con la natural evolución, y, situación o estatus alcanzado por el colectivo, que en estos primeros momentos demanda entre otras cosas dignificar la profesión<sup>566</sup>.

Con Juan Mari Arzak como Presidente y Pedro Subijana en el cargo de Secretario General de la Sección Española, los tres pilares o trilogía bíblica de los cocineros serán, en estos momentos fundacionales del colectivo en España: 1) promocionar todo tipo de actividades en defensa para la dignidad profesional del cocinero, 2) proteger y garantizar la calidad de los productos que se utilizan diariamente en la alimentación impidiendo el uso de los que sean nocivos para la salud, y, 3) incidir en la Administración Pública para que dictamine las normas necesarias que garanticen el acceso a productos alimentarios en condiciones óptimas.<sup>567</sup>

Con *Euro-Toques* consolidado desde el centro de la Unión Europea (algunos medios adjetivan al grupo como “grupo de presión”<sup>568</sup>, como “lobby”<sup>569</sup> en torno al cual los cocineros europeos han conseguido colocarse estratégicamente en centros de poder como “colocar un experto en el Departamento de Comercio de la Comisión de Comunidades Europeas”<sup>570</sup>, donde “un miembro de la asociación [...] vigila los textos de las leyes agro-alimentarias que dictan nuestros políticos”<sup>571</sup>), entre sus primeros logros se encontrarían la paralización de una norma que imponía el empleo de leche pasteurizada para elaborar un queso tradicional, o evitar que las liebres salgan de los mataderos sin vísceras -acción promovida por Bocuse<sup>572</sup>-.

La Asociación *Euro-Toques España* supone el esfuerzo conjunto por alcanzar la implicación del sector hostelero en pos de mejores servicios y aumento de la calidad de

---

<sup>566</sup> Ibid., p. 1.

<sup>567</sup> “Cocineros de Euorpa... ¡Uníos!”. Revista *Club de Gourmets* número 217, 1994, pp. 54-56.

<sup>568</sup> Ibid., p. 55.

<sup>569</sup> Ibid.

<sup>570</sup> Ibid.

<sup>571</sup> Ibid.

<sup>572</sup> Ibid.

los establecimientos de un país que en estos momentos recibe más de 45 millones de visitantes al año. El turismo y la restauración se dan la mano para diferenciar y revalorizar la oferta gastronómica de España con respecto a las de otros países. Mejora de instalaciones, mejor servicio, atención y la apuesta por los productos de calidad van a ser los ejes principales que va a desarrollar durante su andadura. El triste “gato por liebre” es, en estos instantes de la década de los noventa, reconocido por los cocineros españoles en boca de Pedro Subijana<sup>573</sup>, quien a partir de ahora insta a trabajar juntos para desterrar este y otros defectos instalados en los restaurantes nacionales.

De tal modo que en pocos años España comenzará a notar las propuestas y medidas de los cocineros y 1998<sup>574</sup>, cuatro años después de la aparición del primer número de esta revista profesional (diez desde que se formase la Asociación en España), los más de 160 cocineros y cocineras que forman Euro-Toques España se reúnen en Madrid para celebrar su primera Asamblea Nacional. En la reunión se aprobarían una veintena de medidas orientadas a fomentar el patrimonio gastronómico nacional y el empleo de productos alimenticios autóctonos desde los ámbitos de la enseñanza, las Denominaciones de Origen y la formación profesional, entre otras cuestiones.

En esta asamblea, los cocineros aprobaron también por unanimidad la necesidad de presentar una propuesta ante el Ministerio de Educación para conseguir la incorporación del plan de estudios de la ESO de una asignatura dedicada al conocimiento de los alimentos y de la gastronomía. Así como la cuestión de elevar a estudios universitarios la formación en hostelería, algo que ya venía sucediendo en otros países del entorno europeo. Por otro lado, en su punto 10, los cocineros profesionales contemplan la por entonces novedosa propuesta de introducir “aulas del sabor” en las universidades españolas (y



Último número de *Eurotoques*.  
Marzo de 2006

<sup>573</sup> Ibid., p. 3.

<sup>574</sup> Revista *Euro-Toques*, número 9, marzo de 1998, p. 21.



proponen para ello el envío de cartas informativas a los rectores con la propuesta de sesiones de gastronomía en las aulas). El 15 estará dedicado a la definición del cocinero ideal, una especie de decálogo deontológico o Código de Honor.

La revista, pese a que amplía levemente contenidos y secciones, nunca abandonará el objeto fundacional y en 2006, último año de la publicación bajo este nombre, concluye su primera etapa. Tras la misma y de acuerdo a la revolución registrada en nuestro país, aparece, a partir de febrero de 2007, *Papeles de Cocina*, cuya estética no es más que el espejo de la evolución de una profesión que definitivamente ha dejado atrás las posibilidades de última opción en la lista de profesiones, para erigirse en aspiración formativa de miles de jóvenes, nacionales y extranjeros, que ven en España el destino principal para cursar sus estudios de alta cocina.

El hecho de que se mencione aquí la experiencia de Euro-Toques se debe, precisamente, al hecho de que la sencilla publicación profesional trasvasa las fronteras propias del oficio para invitar a todo tipo de lectores con su transformación en *Papeles de Cocina*, una publicación que amplía el espectro de lectores e involucra todo tipo de firmas vinculadas a la alimentación o la gastronomía, como veremos a continuación.

### 3.2.8.10.2 *Papeles de Cocina*

*Papeles de Cocina* reinventa Euro-Toques. Conecta la revista con las inquietudes y estética de los que son, definitivamente, nuevos tiempos. La publicación completamente actualizada no está hecha en estos momentos sólo por y para cocineros y cocineras, sino que la misma brinda la palabra a expertos y profesionales de distintas disciplinas para analizar el fenómeno gastronómico.

Su formato tipo periódico (39 cm alto x 30 cm ancho) resulta en cierto sentido atrevido o transgresor (a pesar de no ser una excepción como hemos visto dentro de las publicaciones gastronómicas) para un colectivo que ha permanecido dedicado por entero a los fogones y que decide dar el salto a otros sectores desde los cuales visibilizarse y velar por el futuro, seguridad e integridad de su colectivo, pero no exclusivamente, pues los contenidos a abordar son ahora de corte variado. Santos Bregaña operará como responsable en cuanto a diseño se refiere; Andoni Luis Aduriz, editor de la publicación, explicaba el proyecto en ese primer ejemplar de febrero de 2007, cuya portada protagonizó el chef y figura clave de la Nueva Cocina Vasca, Pedro Subijana.



Tienes entre tus manos un sueño materializado. Hace ya unos meses salimos del encuentro Eurotoques con energías renovadas y el propósito de cambiar de dirección. Papeles de Cocina es un ejemplo de que las ilusiones alimentadas con voluntad se puede realizar.

Estos nuevos papeles pretenden hacerse un hueco para servir de voz en los temas primordiales a un colectivo responsable, fuerte y cohesionado. Un colectivo que aspira a convertirse en interlocutor válido ante instituciones y organismos para conseguir que, por ejemplo, leyes tan polémicas como la aprobada en diciembre para luchar contra el anisakis se consensúen antes de ver la luz.

Pero el periódico va a navegar también en el campo de lo intangible, de los valores. No serviría de nada cimentar una organización que, además de unir y fortalecer, no pensara en aprender, compartir y, sobre todo, motivar. Tenemos una oportunidad, quizás la última de esta brillante etapa que estamos viviendo, para, con cordura, solidaridad y atrevimiento, convertirnos en un ejemplo de respeto e integridad, las únicas armas reales que podemos utilizar contra los que pretenden arbitrar o desestabilizar nuestra profesión.

Puntualmente publicaremos artículos de opinión, reportajes sobre atractivos productos y recetas que ayudarán a describir la realidad gastronómica de este momento en plena ebullición en el que parece que claro que la diferencia es nuestro fuerte.

Este primer número presenta también un ambicioso proyecto que se va a llevar a cabo en Donostia durante el próximo mes de marzo. Vamos a constituir un pequeño gran observatorio gastronómico, una incubadora de ideas, un espacio para la reflexión y los diálogos creativos. Un encuentro organizado por cocineros y para cocineros que va a estar liderado por la innovación y aspira a convertirse en un referente internacional.

Investigadores, filósofos, creativos, científicos, productores, seres inquietos e individuos instruidos en campos variados nos van a dar otra versión de las cosas. Los cocineros, esta vez, estaremos presentes exclusivamente como alumnos. Una serie de mesas redondas al final de cada turno de conferencias permitirán debatir sobre lo tratado y allí nos acompañarán colegas de prestigio como Heston Blumenthal y Michel Bras.

Cuando se cumplen 20 años de la creación de Eurotoques, con nueva directiva, publicación y proyectos, el mejor de los homenajes que podemos rendir a sus visionarios fundadores es no dejar de imaginar espacios mejores.

La palabra es importante, pero los sueños lo son más. Estos últimos motivan y generan la voluntad necesaria para alcanzar las metas que uno se propone. Desgraciadamente, las razones que nos obligan a imaginar otro escenario se deben a veces a causas de fuerza mayor, ajenas a nuestros estímulos naturales. Sólo deseamos que el motor de nuestros proyectos futuros sea, como hasta ahora, la pasión.

**Andoni Luis Aduriz.** *Papeles de Cocina*, febrero 2007.

Con ilusión y dirigida ya no sólo al público profesional, *Papeles de Cocina* es una demostración más de que la cocina ha saltado definitivamente del lugar propio de su función y ejecución, para implicarse y generar actividad intelectual, ampliar conocimiento, y contribuir así a la reflexión y el pensamiento implicando todos los sentidos.



*Sound of the sea* de Heston Blumenthal sorprendió en el ámbito de la alta cocina al introducir elementos sonoros como parte de la experiencia gastronómica. El mar y sus sonidos involucran y condicionan la percepción de los comensales mientras degustan su comida. La idea, desarrollo y posterior experiencia la cuenta el propio Blumenthal en diciembre de 2008 en *Papeles de Cocina*.

Una de las principales características del peculiar periódico será que entre sus páginas no aparece publicidad o menciones de marcas o entidades patrocinadoras o colaboradoras. Las mismas, pocas para ser justos, se indican mediante la inserción de sus respectivos logotipos, justo debajo de los datos editoriales; sin duda, esta facilidad de lectura y respeto que se brinda al lector, al que no se le ahorra información en este sentido de patrocinio o promoción, lo que sin duda contribuye a generar la sensación de tranquilidad y pureza que destila la publicación. Tras unos años manteniendo esta fórmula, y sólo en función de determinados acontecimientos como encuentros o citas gastronómicas, las imágenes de sellos de marcas y logotipos de patrocinadores aparecerán en la última página, pero jamás interrumpirán el discurso, lo que conviene tener en cuenta por cuanto denota un escrupuloso respeto por el contenido publicado, un contenido que sus responsables no quieren interrumpir.

Bajo la mancha blanca del papel, enseña o color del tradicional mandil culinario, los cocineros y sus *Papeles de Cocina* dan un giro de ciento ochenta grados a la hora de comunicarse: esta nueva publicación aparece ahora dirigida a un público más amplio, interesado bajo una perspectiva general en la gastronomía y sus múltiples conexiones y de manera particular en la alta cocina. Su abanico de temas y destilado diseño, que tan sólo se ve interrumpido por las ilustraciones de Guillermo Ganuza, responden a la de un diario que se vuelca con los contenidos gastroculturales, sociales, antropológicos, filosóficos y, por supuesto, culinarios en toda su extensión, abarcando desde los nuevos ingredientes hasta la seguridad alimentaria, la creatividad o la salvaguarda de razas animales autóctonas o semillas. En este sentido más que un periódico *Papeles de Cocina* responde a los criterios de selección de una revista cuya aparición en el mercado abarca, entre un número y otro, un periodo importante de tiempo dado que la publicación publica dos ejemplares por año.

Los contenidos serán así mismo variados y estarán agrupados por temática o perspectiva en cada número. Confrontación entre la cocina entendida como arte, artesanía u oficio; el significado de la identidad culinaria; del sentido y los sentidos en gastronomía; conversaciones entre periodistas, escritores e intelectuales de altura como Harold McGee, Michel Bras, Vicente Todolí, Michael Pollan, Daniel Innerarity, Michael Onfray..., y profesores, cocineros y profesionales vinculados a la gastronomía y la cocina

a través de la química o la física, de las ciencias sociales, económicas, políticas; la cocina y la salud, las alergias, etc., son algunos de los monográficos. Literatura, recetas y producto completan cada ejemplar.



Escritores, pensadores, filósofos, literatos, críticos, periodistas, intelectuales, etc., pasarán su firma por estos papeles en los que la cocina se aborda atendiendo a sus implicaciones o conexiones transversales.

Profesionalizada y con una tirada de 10.000 ejemplares, con las páginas sujetas mediante dos grapas (aunque sin paginación señalada de manera gráfica), *Papeles de Cocina* cuenta en su origen con la figura de Raúl Nagore con el cargo de Redactor Jefe, y de Mayer Modrego, Yayo Galiana y Andoni Luis Aduriz al frente de un genérico “Redacción”. No obstante, el número de redactores y firmas invitadas irá aumentando y/o cambiando con cada número. Cada seis meses *Papeles de Cocina* sumará contenidos de actualidad, entrevistas a personajes relevantes del panorama gastronómico internacional. *Papeles de Cocina* pondrá en marcha la serie periódica titulada *Diálogos de Cocina*, especie de sección en la que varios personajes relevantes ofrecen su opinión acerca de un tema concreto, que aparecerá con una periodicidad de dos años y que finalmente saltará de las páginas blancas a la programación especial del Basque Culinary Center, centro con el que firma un acuerdo de colaboración. A día de hoy, *Papeles de Cocina* continúa viva y el periódico-revista cuenta con su página web.



### 3.2.8.11 Archigula, o el 'digest' gastroliterario de Ana Lorente

A finales de los noventa, el mercado de revistas sobre gastronomía incorpora una publicación alejada de los cánones que hasta el momento han regido en el quiosco español. Alejada de corrientes comerciales, *Archigula. Revista cultural de gastronomía, vinos y puros*<sup>575</sup> irrumpe en el mes de mayo de 1998 y lo hace además con un precio elevado. Nada menos que 1.500 pesetas por ejemplar, en principio de periodicidad trimestral y de cerca de 100 páginas, con el que adentrarse de la mano de la literatura, principalmente, en el ámbito gastronómico. Su misión será precisamente esa, dar cuenta de la cultura gastronómica alojada desde tiempos inmemoriales en la literatura. Pero la revista como veremos también contará con importantes firmas de colaboradores, muchos de ellos con presencia habitual en las revistas del periodo.

La empresa Opus Wine<sup>576</sup> –actual editora de *MiVino-Vinum* y la *Guía del Vino Cotidiano*- debuta en el mercado de revistas con esta edición a cargo de Manuel Saco y con la dirección de la periodista gastronómica y experta en vinos, Ana Lorente, y el asesor de contenidos Carlos Delgado.

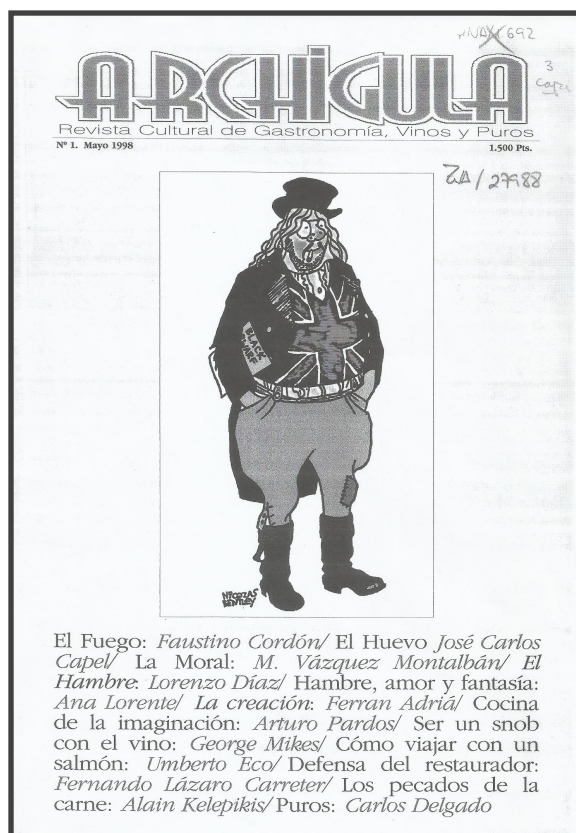
Nada tendrá que ver la publicación con el resto de propuestas existentes en el mercado.

*Archigula* adopta una estética completamente alejada de los circuitos comerciales donde a estas alturas la presencia publicitaria y el apoyo fotográfico configuran el tándem de éxito o viabilidad de cualquier publicación. La revista apuesta por un formato algo más reducido que el tradicional A4 (19 cm de ancho por 27,5 cm de alto); la ilustración en lugar de la fotografía; el papel de calidad y las características externas que adoptan revistas culturales similar a los primeros *digest size* o *small magazines* a los que debe también su filosofía: aglutinar en cada número y bajo un tema principal los mejores textos –en este caso principalmente literarios- con los que trasladar la complejidad, conexiones y relevancia al lector del tema o fenómeno abordado alrededor de la gran órbita gastronómica.

<sup>575</sup> En el presente trabajo se han consultado diez ejemplares que abarcan el periodo de vida de la revista.

<sup>576</sup> Instalada en estos momentos en la calle Teruel número 7 de Pozuelo de Alarcón (Madrid).

En *Archigula* no cabe la publicidad –aunque contará con patrocinios<sup>577</sup>–, sí la mención literaria y editorial, y periodística de cuantos participan en cada ejemplar.



Portada del número 1 de la revista gastrocultural *Archigula* liderada por Ana Lorente. En la misma participarán grandes firmas del periodismo gastronómico. La particular propuesta, alejada de los canales comerciales habituales que rodean al resto de revistas, contó con el asesoramiento de Carlos Delgado.

*Archigula*, Nº 1, mayo de 1998.

La singularidad de la revista, cuyo público sin duda fue minoritario a pesar de la calidad y el gusto en la selección de contenidos que señalaré más adelante, es manifiesta.

*Archigula* no recomendará locales o restaurantes, ni calificará o entrevistará; aquí la única cata posible es la que cada lector, ejemplar en mano, realice a través de la cultura gastroliteraria. Y es que entre sus contenidos, brillará uno por encima de los demás: la gastronomía a través de textos literarios que irá creciendo número a número y con los que se despedirá en el año 2000. Casi podría decirse que el germen de la revista planeó a la hora de dar vida al espacio de Ana Lorente mantiene junto a sus socias en Madrid (Librería Apunto).

En cuanto a los artículos sobre vino, su presencia será constante pero inferior a la del tema gastronómico abordado de manera global; y sobre la asociación del tabaco y la mesa, que no es nueva dado que estas alturas son varias las revistas que, o la han incluido entre sus páginas, o le han dedicado artículos, la revista dedicará las páginas finales (un único tema por número).

<sup>577</sup> En paginas interiores la revista no concibe publicidad alguna, sin embargo, a partir del número dos, una serie de logotipos ocuparán la contraportada. Serán las marcas que apoyen la revista en algunos o todos los números (Adegas Galegas, Bodega Chivite, Brandy de Jerez, Viña Salceda, Al-Andalus Expreso, Paradores, Iberia, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Grupo Vichy Catalán, Freixenet, -y Vinum, aunque es del mismo grupo editorial, Opus Wine-).

Absolutamente única en el mercado, desde la portada al sumario, la revista se distancia del resto de productos periodísticos.

Como ejemplo “contracorriente” valga aquí el detalle de sinceridad y compromiso, tanto con el lector al que se dirige como con el apoyo que demuestra con los colaboradores de cada ejemplar, pues, lejos de eludir responsabilidades, *Archigula* aclara: “La revista comparte las opiniones expresadas por sus colaboradores, aun cuando fueren contradictorias”. Esto no ocurre con ninguna otra cabecera que se haya investigado al respecto, incluso en ninguna otra publicación que hay repasado esta investigadora (puede que exista, no obstante y de ser así, dicha revista no se ha cruzado en mi camino).

La prueba de fuego, el ejemplar número uno, (bautismo dirá la revista), acontece en mayo de 1998; su editorial da cuenta del proyecto y sus aspiraciones.

### **Bautismo de fuego**

Este es el bautismo de Fuego. La presentación en sociedad de una revista gestada con ilusión y con mimo. Vestida con primor y hasta con el lujo que los tiempos permiten, es decir, ajena a signos externos de riqueza. Sigue la pauta de las tendencias actuales de la cocina que abomina de los excesos decorativos de tiempos recientes para volver a atender al fondo, el sabor, la enjundia. Archigula es el eje de la metáfora de la gastronomía y la felicidad en la mesa. Es el único pecado que no hace daño al prójimo, que templó el pensamiento, alegra el comedor e incluso enciende la polémica. Ponemos a cocer a fuego lento –a veces a fuego vivo– todo los ingredientes que a lo largo del tiempo van configurando las culturas gastronómicas: historia, antropología, economía, biología, medicina, tecnología, artes... No pretendemos sentar fundamentos inamovibles ni crear un sólido templo de sesudos conocimientos sino, más bien, ir montando, número a número, página a página, un rompecabezas sin muestra y sin final, la visión impresionista y personalísima de cada autor, desde su ciencia, desde su erudición, desde su experiencia o su humor. Queremos disfrutar y compartir textos clásicos, autores olvidados y nuevas creaciones. Son el alimento, el ingenio y la chispa que deben presidir una mesa.

***Archigula. Revista cultural de gastronomía, vinos y puros.*** Nº 1, mayo de 1998. Editorial.

Con un enfoque multidisciplinar como vemos, y con atención monotemática por número, la revista nace con la intención de salir al mercado cada tres meses. Y

prácticamente se mantiene así hasta su desaparición con la salvedad del primer año, en el que sólo alumbra dos ejemplares<sup>578</sup>, y, el último, el año 2000<sup>579</sup>.

*Archigula* irrumpe en el mercado de revistas con una apuesta gastrointelectual, cuyos temas, sin embargo, no resultarán tan ajenos o desconocidos pues, gracias a la retrospectiva realizada en esta investigación, se puede afirmar que dichos temas fueron tratados en su mayoría por las primeras revistas gastronómicas aparecidas en nuestro país. Tanto Néstor Luján como el maestro Martínez Llopis, por citar algunos nombres, escribieron sobre ellos en más de una ocasión, con el valor añadido además de a la síntesis del texto, vincular correlaciones y contextualización, (*Archigula* estará basada prácticamente en la traslación de textos ya publicados por otros autores (se ciñe al texto original en muchos casos), sobre todo en su etapa final, lo que no resta interés al contenido sólo acota el contenido y ratifica el sentido literario y cultural de la revista).

Durante el periodo de vigencia, la revista abordará la gastronomía a través de la literatura y desde diferentes perspectiva: origen de la cocina, relaciones humanas y comida, a través del viaje, los banquetes, del papel de la mujer en la cocina y en la mesa, de los mercados, de la relevancia del producto del bosque y el otoño, de la incidencia e influencia de la música, del aprovechamiento alimentario (comida de recursos y conservación), del diseño (que está experimentando importantes cambios y evolución), y los banquetes. Como vemos temas complejos y amplios que precisan de recorrido como el que ofrecen las páginas de los libros.

Fueron colaboradores de *Archigula*: Lorenzo Díaz, Alain Kelepikis, Manuel Vázquez Montalbán, Paco Catalá, Cristino Álvarez, Antonio Castillejo, Alain Kelepikis, José Carlos Capel, Ángel García Muñoz, Bartolomé Sánchez, Mayte Ariza, Antonio Civantos, Abraham García, Alain Kelepikis, Manuel Saco, Alicia Ríos, Ana Alonso de Letamendía, Elena Santonja, Paz Ivison, Carlota Finisterre, Miguel López Castanier, Alfonso Cristóbal, Antonio Vergara, Clara Obligado, Gonzalo Sol, Alain Kelepikis, José Luis

---

<sup>578</sup> El número uno, como ya se ha señalado, aparece en mayo de 1998. El número dos, hará lo propio en el mes de octubre.

<sup>579</sup> Durante el año 2000, *Archigula* publica los cuatro ejemplares reglamentarios, si bien es cierto, que entre el número 7 del mes, publicado en enero de dicho año, y el número 8 del mes de junio, distan cinco meses.

Sampedro, Juan Gómez Soubrier, Juan José Lapitz, Andreu Parra, Óscar Caballero, Jesús Bernad, Juan José Laptiz, Elena Santonja, Alain Kelepikis, Olivier de Winter, Bartolomé Sánchez, Antonio Castillejo, Máximo Pradera, Alain Kelepikis, Álvaro Lion Depetre, Ismael Díaz Yubero, Abraham García, Juan Gómez Soubrier y Fernando Sánchez Dragó.

Con cada cierre de publicación, y antes de decir el adiós definitivo, la revista incluía una despedida que resumaba cariño y atención a un producto que aspiró a contagiar el impulso que comparten todos los que aman las letras y la cocina, los que, además de digerirla, piensan e interiorizan la gastronomía.

*Archigula* fue *rara avis* en el campo de la revista gastronómica. Estrictamente no casó con el resto de propuestas con las que convivió, y por eso, incluso a día de hoy, posee un extraordinario valor intelectual. Sería injusto arrinconarla o dejar de lado pues formó parte de la oferta periódica de publicaciones gastronómicas en España; participó de su historia y favoreció la divulgación de este tipo de contenidos. Su apuesta fue valiente y breve, a buen seguro poco rentable, pero incomparablemente cultural.



### 3.2.8.12 *Viandar. Producto, entorno y factor humano*

En diciembre de 1999, con la tensión del nuevo milenio, al mercado de revistas especializadas en gastronomía se incorpora una nueva cabecera que viene de la mano del grupo: Gozamena, S.L., con sede en Bilbao<sup>580</sup>.

Con Juan Carlos Ercoreca como Editor, y la figura de Mike Zeberio en la Dirección de la revista hasta el número 10 (en octubre de 2000 le sustituirá Luis García Torrens dado que Zeberio asume la responsabilidad de Editor), *Viandar* se suma a la tendencia periodística que en estos momentos, a pesar de llevar tiempo gestándose, llama poderosamente la atención. El nivel y trabajo que está alcanzando la gastronomía española, con la tercera estrella Michelin alcanzada por Ferran Adriá, el único chef menor de cuarenta años con este hito en su haber; y el periodismo gastronómico, que cuenta con grandes profesionales que llevan años trabajando este terreno informativo, consigue acaparar interés empresarial, periodístico y ciudadano. La gastronomía se ha convertido en la noticia amable de cierre de informativos, las “gastroquedadas” son cada vez más frecuentes; nuevas iniciativas fundamentadas en el consumo y el ocio gastronómico, y, nuevos negocios que se suben a la tendencia gastronómica no han comenzado sino a florecer. La asesoría gastronómica constituye en estos momentos el paso lógico en la evolución de la carrera culinaria, la cual, una vez encumbrada, extiende sus líneas de negocio con diseño, venta de menaje, tecnología culinaria, franquicias – como el entonces novedoso y ahora manido *fast good*-, cesión de imagen, asesoramiento culinario y/o empresarial, etc.

*Viandar* va acompañada del subtítulo *Comer. Beber. Disfrutar*. Los términos que resumen la filosofía quedan así ligados a la cabecera que se inaugura con periodicidad mensual que irrumpe en el mercado de revistas con su primer número en el mes de diciembre de 1999. El nombre de la publicación aglutina el recuerdo que evocan la comida y el viaje, y a ellos se rendirá durante los próximos números. En el sentido

---

<sup>580</sup> Esta misma empresa anunciará entre las páginas de la publicación (valga como ejemplo el anuncio insertado en el número 25 de febrero de 2002) sus servicios de comunicación integral e identidad corporativa GZ (organización de eventos, etc.). Tengo que señalar a este respecto que el proyecto *Viandar* nace con la aparentemente independencia sobre anunciantes, distribuidores o agentes comerciales externos. Avanzado el tiempo, al igual que ocurre en otras revistas y empresas que lanzan su propia publicación, Gozamena S.L. pondrá en marcha estos servicios o nuevas líneas de negocio en torno a la gastronomía.



estrictamente alimentario, *Viandar* viene a llenar un hueco que, aún estando en el ambiente –así se percibe en realidad en el resto de publicaciones- no está completamente definido y agrupado en una misma cabecera dentro del mercado de publicaciones especializadas en gastronomía: la revista armoniza y calibra la necesidad del sustento con la búsqueda de la satisfacción y la seguridad del comensal.

Con una estructura similar a la de otras revistas ya existentes pero con importantes novedades como veremos más adelante, *Viandar* centra este primer ejemplar inaugural en el cava, siguiendo así la tradición emprendida por *Club de Gourmets*, quien no fallará en su tradicional cita con la bebida por excelencia para la celebración. En la misma línea siguen absolutamente todas las cabeceras para quienes el número de diciembre es la cita obligada con el lujo y las elaboraciones más extraordinarias donde el cava nacional ha ido consolidándose frente al champagne a lo largo de estos años.

El staff de la publicación, cuyo formato es 30,5 cm de alto por 22,5 cm de ancho, queda dividido de manera clara entre las labores de redacción y la figura de colaborador; fórmula habitual en prácticamente la totalidad de las publicaciones gastronómicas. Entre sus principales puntos fuertes se encontrarán las secciones de opinión y la novedosa y única sección (de aparición irregular) que hasta el momento es posible encontrar dedicada a los niños dentro de una publicación gastronómica. El tema de la alimentación infantil apenas ha tenido representación en las revistas especializadas en gastronomía hasta ahora, salvo por la inserción de algún destacado traído a colación en función de algún evento puntual o el lanzamiento de algún producto en el que los niños son parte involucrada, generalmente, como destinatarios. *Viandar* no sólo trata asuntos que les compete sino que les mete en la cocina, adelantándose en el tiempo con extraordinaria visión sobre este tema. Este hecho ya merece la pena ser destacado como uno de los grandes aciertos de una publicación que sin embargo no lograría sobrevivir en el mercado más allá del año 2004 (en 2006 reapareció un número patrocinado por la Xunta de Galicia -Consellería de Pesca e Asuntos Marítimos; Consellería do Medio Rural; y Consellería de Innovación e Industria-, publicado con el título: *Galicia still unique*<sup>581</sup>).

---

<sup>581</sup> Datos según constan en el catálogo de la Biblioteca Nacional de España.

El proyecto *Viandar* arranca con el diseño de BA! Creativos S.L., (la maqueta de la revista estuvo desarrollada por Kotska Mandaluniz en sus primeros ejemplares, más tarde se incorporará Carlos Javier Monreal). La fotografía, compañera indispensable que ha crecido considerablemente dentro de estas publicaciones fruto como ya se ha dicho de la propia evolución culinaria, vendría firmada por Mikel Alonso.



Primera portada de la revista Viandar. Diciembre de 1999.

La filosofía con la que comienza su andadura la publicación no es otra que la de ser capaz de generar opinión en torno fenómeno gastronómico de manera individual, es decir, ofrecer informaciones y reportajes con los que el lector sea capaz de aumentar, enriquecer o generar sus propios valores y preferencias en torno a la alimentación, sus calidades y diferentes productos. Con la mirada puesta en el lector, *Viandar* ambiciona posicionarse como “un medio de comunicación honesto, positivo, en el que, de partida, reconoce el esfuerzo humano y económico que existe tras cualquier producto o servicio que se

ofrece en el mercado gastronómico, enológico o del ocio en general”<sup>582</sup>. La revista tiene por tanto muy presente los rostros y el trabajo de quienes están detrás de cada lata, cada botella, cada chacinería, carnicería, pescadería, restaurante o cualquier otro local o producto que tenga que ver con la alimentación del ser humano. La revista prestará especial atención a la cata de productos en la que participan expertos y que tienen como misión analizar las principales marcas del mercado (la sardinilla, las croquetas de jamón, la anchoa, el queso, la leche, los percebes,...).

<sup>582</sup> Revista *Viandar*, número 1, diciembre de 1999. Editorial, p. 5.

La revista sale al mercado con las siguientes secciones definidas que mantiene durante el año 2000: "Mi agenda" de Mikel Zeberio, "Bodegas", "Maridaje", "Sal y Pimienta" -columna de opinión de Santiago González, siempre directa, dada a la sátira que da de sí los altos fogones-, "El Club de Lector", "Recetario", "Ciudades" y/o "Lugares" -según el número aparece una u otra denominación-, el "Especial" -dedicado a un determinado producto cada mes-, "Producto 10" -un producto destacado por su calidad o características- y "Entrevista" -género imprescindible y con presencia en todas las publicaciones del periodo con la que se sondea sectores y sociedad en relación con serán el armazón principal o regular



La realización de la revista recae en el equipo de redacción formado en este primer ejemplar por Beatriz Carreño –quien más tarde será redactora jefe-, Mikel Garaizabal, Santiago González, María Arana, Lorenzo Díaz, José Ibarrola, Andreu Parra (ubicado en Barcelona), Enrique Caldusch (desde Madrid) y Enrique Bellver (desde Andalucía).

Cada número la publicación contará además con una serie de colaboradores cuyas firmas protagonizarán textos en diferentes números a lo largo de la vida de la revista. Entre otros algunos nombres son: Pepe Iglesias, Javier Urroz, Luis García, Pablo González de Langarika, Antonio Aparicio, Enric Canut, Xabier Santxotena, Pablo Amate, Raquel Castillo, Teresa Pacheco, José Peñín, Andrés Alonso, Guillermo Campos, Javier Pérez, Aurora Lázaro, Máximo San Juan, María del Carmen de Las Casas, Carmen Maza, Andrés Viedma, Jose María Naranjo, Gema Noguera, Rosa Aguilar, Juan Uña, Guillermo Álvarez, Carolina Guerrero, Jonatan Armengol, Cinzia Scaffidi, Araceli Carretero, Pepe Barrena... Los mismos publicarán al menos un artículo en la revista durante sus cuatro años de vida efectiva.

Un elenco de firmas invitadas darán vida a la opinión. Por las páginas de *Viandar* pasearán figuras y personajes destacadas dentro del sector agroalimentario, enológico, gastroperiodístico y/o de la restauración –personaje escogido en función del tema principal y la actualidad gastronómica- como: Carlo Petrini, Carlos Falcó, José Luis Ruiz Solaguren, Arturo Fernández, José Carlos Capel, Andrés Proensa, Carlos Delgado, Cristino Álvarez, Juan Mari Arzak, María Pilar Molestina, Fernando Point (o Víctor de la Serna), Fernando Gurrucharri, Mario Hernández, Bartolomé Sánchez, Javier Rueda, Santi Santamaría, Jose Ramón Andrés, Agustín Santolaya, etc.

Dinámica y con abundantes breves (también inserciones publicitarias) sobre la actualidad gastronómica, entre los temas más destacados del 2000, caben mencionar los reportajes sobre el mundo de los sentidos y las propuestas sobre viajes con el interior español como principal protagonista y con papel destacado para los territorios del norte; los asesores gastronómicos; los (y las) “plumillas del vino”; las ciudades emergentes que como Bilbao representan un santuario gastronómico<sup>583</sup>; o, mujeres cocineras<sup>584</sup> que gozaban del prestigio de la crítica especializada y se codean con los hombres más mediáticos sin complejos.

---

<sup>583</sup> Revista *Viandar*, número 1, diciembre de 1999.

<sup>584</sup> “Mujeres cocineras”, firmado por Raquel Castillo y con fotografías de Mikel Alonso, fue un amplio reportaje publicado en dos entregas. Revista *Viandar*, números 9 y 10, septiembre y octubre de 2000.



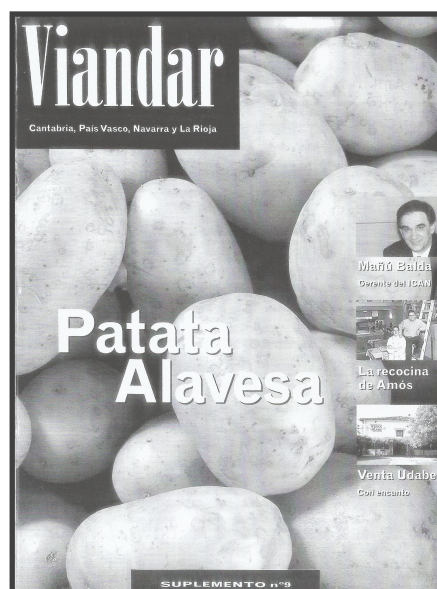


Suplemento Norte Viandar. N° 8. Año 2000.

La revista publicará paralelamente el *Suplemento Viandar Edición Norte* que aglutinará los territorios de Cantabria, País Vasco, Navarra y La Rioja. Suplemento sobre el que se producen progresivos retoques o cambios.

En octubre de 2000, la dirección de la revista pasa a manos de Luis García Torrens (vinculado a Pi&Erre Comunicación), con experiencia en el lanzamiento de publicaciones y gestión de comunicación de entre otras, la *Guía Peñín de los Vinos de España* o el suplemento *Sibaritas* de la revista económica Futuro. Con ese número, Mikel Zeberio asume el cargo de Editor. Con la llegada de García Torrense llega también la sección final titulada "Propuestas". La misma se distribuye en Vino, Maridaje, Refugio, Producto, Comer bien de lata, Vinos y Licores, y Libros. Todo son recomendaciones

En cuanto a productos se refiere, la publicación dedica importantes reportajes a los quesos más famosos del tradición gallega –Tetilla y Ulloa–; la Torta del Casar y la Torta de la Serena; la morcilla de oveja; la chistorra; la sal; los vinos de Jerez, la chuleta –un diez repartido por toda la geografía nacional–; la cuajada –de oveja, de vaca o mezcla–; la lamprea; la cocina exótica -boom nacional–; el ciervo y sus posibilidades –carne, embutido–; sopas frías; el tomate o los tomates, mejor dicho; el pimiento de Gernika; las alubias a las que les “falta injustamente pedigrí”<sup>585</sup>.



Suplemento Viandar N° 9. Año 2000.

<sup>585</sup> “Incomprendidas”, de José Carlos Capel (opinión). Revista *Viandar* número 12, diciembre de 2000.

o propuestas de compras y ocio para el lector.

*Viandar* ha sabido en tan sólo un año dar forma a un proyecto singular dentro del elenco de revistas disponibles que sobre gastronomía coexisten en el mercado. De tal modo que sus señas de identidad, al margen de los consabidos recetario y el género



Viandar, número 2. Enero de 2000.

reportaje como género periodístico principal, serán esa apuesta por la gastronomía y los nombres de interior y la opinión franca y abierta de las firmas invitadas.

En 2001 la revista incrementa un 25 céntimos su precio, y de los 3,50 € iniciales con los que se ha mantenido un año en el quiosco, en enero de 2001 pasa a costar 3,75 €.

El debate sobre la cocina de vanguardia frente a la cocina entendida desde el vórtice tradicional será uno de los temas principales. Quizás, como apuntan los distintos expertos consultados por la revista en este periodo y que lanzan su opinión, el tema principal no sea tanto la cocina como la innovación y la rapidez con la que crece la palabra y los inventos que no dejan espacio para la reflexión, asimilación o rechazo. La revista que está, por encima de todo, muy centrada en el ámbito rural, la cercanía, el producto autóctono y la representación de la cocina española suele presentar en su recetario el trabajo de reconocidos chefs (sin que por ellos sean mediáticos chefs). La alta cocina, los galardones, la crítica, los críticos y su papel, serán igualmente asuntos que salten a la palestra en uno u otro momento.

La apuesta gastronómica de *Viandar* conlleva el lado práctico y real del ciudadano de a pie, pero no se olvida de otros temas relevantes como el ya mencionado despegue culinario, la cada vez más asentada práctica de piscifactoría, los pinchos o tapas, la tendencia comercial a adjetivar sus envasados como “caseros”. En cuanto al vino, además de pasear por las principales bodegas y de catar añadas que serán puestas

a la venta en el año en curso, la revista presta atención a otros aspectos menos gratificantes como la legislación y el fraude.

El papel de la mujer dentro de la gastronomía había sido tocado con anterioridad, y ahora le toca el turno a las enólogas<sup>586</sup>. También tendrán protagonismo el efecto de la globalización en la cocina, los cambios de los hábitos alimenticios, la apuesta por la grasa saludable, el uso del atún en la cocina, la lucha contra los sucedáneos y la denuncia de la especulación con el aceite de oliva virgen -pagado a bajo precio en las almazaras, comercializado a precios astronómicos en este periodo<sup>587</sup>-.

Un número especial sobre el cerdo<sup>588</sup> -razas, denominaciones de origen, la montanera, la matanza, la elaboración del jamón, los derivados del cerdo con y sin DO, la culinaria en torno al animal, las cofradías en su honor...- abre el mes de enero de 2002.

Durante este tiempo la estética y la organización interna de la revista se han mantenido y éste ejemplar representa cierta anomalía que sin embargo es elaborada con acierto y visión. El monográfico sobre este animal es un recorrido de la cría hasta la elaboración de sus productos pasando por sus cuidados y legislación.

Asadores; Txakolí; arroz; la cocina de los caracoles y la helicultura como tendencia o nuevo negocio; de nuevo las legumbres –tema abordado bajo idéntica perspectiva, ahora ampliado-; la parrilla o el fuego –tema clásico en este tipo de publicaciones y justificado pues sus aficionados son infinitos y todo sobre la barbacoa, las parrillas y los asados con leña y carbón son un valor seguro-; el huevo y su importancia en la alimentación; el cordero; la cocina de verano; un apasionante viaje a la Toscana para descubrir buena parte de sus vinos; los grandes vinos de Rioja; los vinos de California; de Australia; Emilio Rojo –singular, libre, bodeguero-; lo mejor de la cocina manchega –actualizada y con nombre propio-; los vinos y las copas; la casquería; los

---

<sup>586</sup> “Mujeres enólogas. Sentido y Sensibilidad”, firmado por Beatriz Carreño y con fotografías de Mikel Alonso. Dos entregas durante el año 2001, números 19 y 20, julio-agosto y septiembre, respectivamente. En este asunto se adelantan a otras publicaciones que tardarán casi dos años en ocuparse de la que ya comienza a ser una profesión en la que también es posible encontrar nombre de mujer.

<sup>587</sup> Revista *Viandar*, número 20, septiembre de 2001. Editorial.

<sup>588</sup> Revista *Viandar*, número 24, enero de 2002.





percebes... son temas de 2002 que lleva a imprenta *Viandar*; este mismo año en el que se anuncia el espacio Cartas al Director. Y bajo “Pan y Vino” escribirá su instructiva y variada columna Antonio Álvarez-Solis.

Con el número doble del mes de julio-agosto de este mismo año la revista lanzará un duro editorial en el que lanza la pregunta de “[...] por qué los carniceros, los hosteleros, los comerciante de alimentos, los bodegueros, etc., son pasto del más amarillo de los periodismos, imperante, por cierto, en nuestros tiempos, hasta que los prohombres y productores se ven sensibilizados y, como ellos gustan decir, movidos por el interés público, propugnan leyes y normas que, como mínimo, terminarán con un estilo de vida que no

nos ha ido tan mal para sustituirlo por otro, que no se sabe si será más seguro, pero sí más simplón y aburrido”<sup>589</sup>. Cabe destacar que éste es un periodo de bastante actividad en lo que a legislación e iniciativas alimentarias se refiere<sup>590</sup>. También, no hay que perder de vista que la revista *Viandar* observa con atención, y así lo incluye entre sus propuestas, los miles de productos artesanos elaborados por pequeños productores que poco a poco deberían irse poniendo al día con todas las normas de salubridad impuestas en parte desde la Unión Europea. Acostumbrados a una mala o incluso inexistente regulación durante años, éste ha sido un tema controvertido por cuanta dificultad se le atribuye. Las reticencias estarán relacionadas con el inmovilismo arrastrado por el entorno rural, abandonado desde hace tiempo. Es en el campo donde en este periodo, a

<sup>589</sup> Revista *Viandar*, número 30, julio-agosto de 2002.

<sup>590</sup> La Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) Organismo Autónomo adscrito al Ministerio de Sanidad y Política Social fue creado en 2001 por la Ley 11/2001 con la misión garantizar el más alto grado de seguridad alimentaria y promover la salud de los ciudadanos. Asimismo la PAC –Política Agraria Común– está a punto de acometer su tercera reforma y con ella, en 2003, se producirá la llegada del llamado “régimen de pago único” (sujeto al cumplimiento de la “condicionalidad”: buenas prácticas agrícolas y medioambientales, y requisitos legales y de gestión).

pesar de detectarse iniciativas que serán sin embargo la fuerza de su prometedoro futuro, cualquier cambio en el quehacer diario y tradicional supone o implica cambio de mentalidad.

En cualquier caso el espíritu crítico que planea sobre la revista *Viandar* constituye en sí mismo un soplo de aire fresco dentro del sector. Puede (y así lo percibe esta investigadora) que su voz no fuese la única en este sentido, pero desde luego sí lo será en cuanto a contundencia o claridad de mensaje.

La revista dirigida por Zeberio mantendrá siempre una clara postura a favor del productor artesanal, y como tal los defiende hasta el punto de lanzar en varias ocasiones interesantes reflexiones –novedosas entonces, más comunes hoy- sobre la necesidad de volver la vista al campo, a la tradición, a los modos de hacer tradicionales a través de los cuales ha sido posible la repetición de alimentos que deberían considerarse patrimonio de la Humanidad. Los riesgos de la sociedad acelerada, la imposición fehaciente del estilo *fast food*, la oferta alimenticia masiva y uniforme... serán parte de las preocupaciones que *Viandar* traslade al lector.

Durante estos años la revista será una de las que con mayor interés siga el fenómeno *Slow Food*, publicando periódicamente reportajes, dando cuenta de reuniones y encuentros y anunciando ferias como la famosa feria del queso que continúa viva y a la que cada año acuden miles de visitantes, profesionales y periodistas.

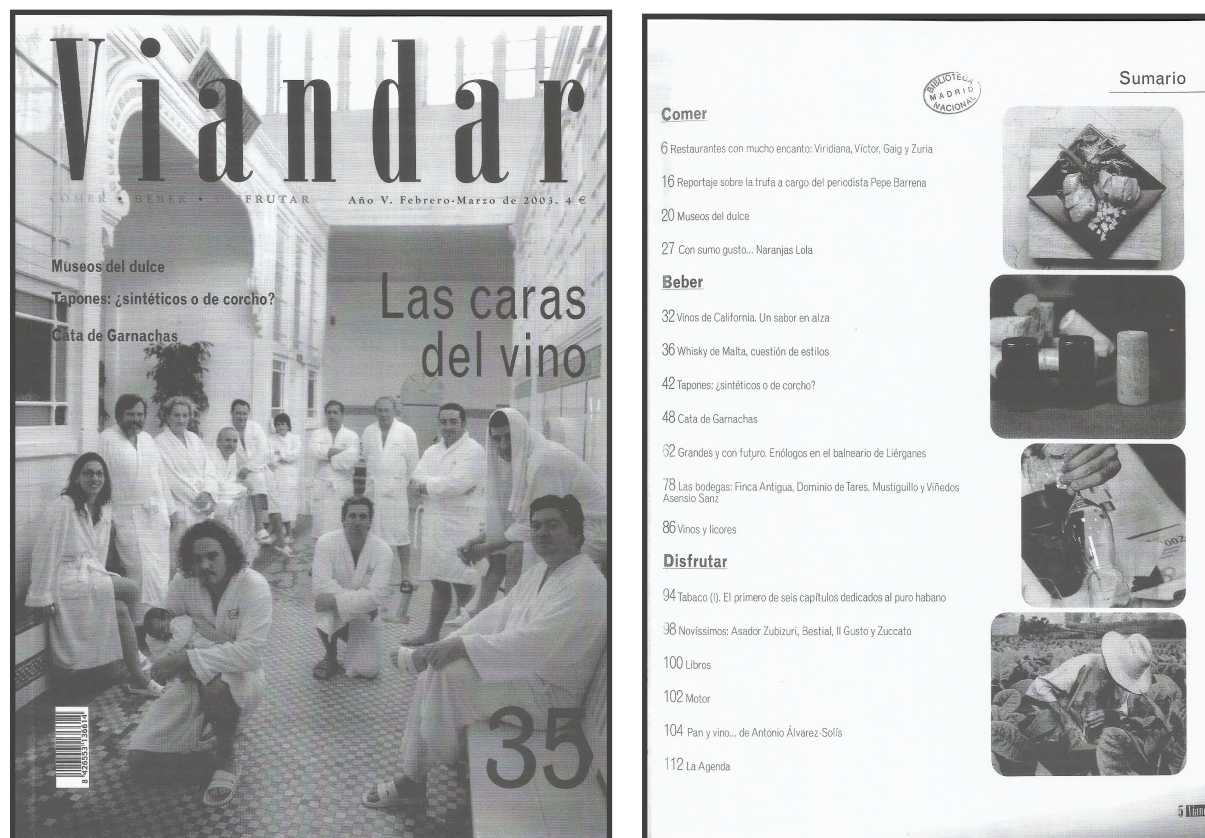
Teniendo en cuenta la fuerza del vino dentro de estas páginas, con importantes y consolidados nombres periodísticos al mismo vinculado, con la ejecución y narración de grandes catas realizadas dentro y fuera de las fronteras españolas, no es de extrañar que *Viandar* sea capaz de poner a la venta su propia Guía de Vinos junto a la editorial Everest.

Con la llegada del nuevo año la revista acomete varios ajustes. El primero de ellos será la periodicidad. En febrero sale a la venta siendo un ejemplar doble que aglutina los meses de febrero y marzo. Este número 35 sale a la venta con un precio de 4 euros. Mikel Zeberio recupera su agenda, el espacio que lleva tiempo sin incluirse en la revista y a través del cual narra sus andanzas a los lectores. La publicación deja atrás la

vieja estructura para centrar los contenidos en los ejes que en realidad definen la revista y que la adjetivan: “Comer”, “Beber” y “Disfrutar”.

En este nuevo periodo algunos de los textos vendrán firmados por la propia revista. La figura de colaborador se mantiene, añadiendo con cada número nombres nuevos o recuperando el de periodistas y escritores que ya habían participado en números anteriores.

Con la nueva organización interna, con los cambios estéticos (cabecera e imagen de portada más limpia, en la que sólo se incluyen los temas principales de las tres secciones mencionadas con la que se subtitula la revista, y un elegante acabado mate), *Viandar* sale al mercado con renovada ilusión. Sin embargo, la publicación está cada mes más cerca de su final y con el número 42 dejará huérfanos a sus lectores.



Portada y sumario del número 35. Febrero-Marzo 2003.

Maridajes de vino y caza, cerdo, setas, y monográficos sobre la montanera –tema abordado con anterioridad, ahora condensado y en torno a las características del ibérico

y bellota, de los que ofrecen además notas de maridaje con vinos- , cavas, chuletas, ostras, la becada, berberechos, verduras de la Vega de Tudela, queso Gamonedo... Y de nuevo un breve retoque interior que afecta sobre todo al sumario.

Los cambios no parecen incidir en la publicación. El editorial del número 42, correspondiente a los meses de abril-mayo, no dejará dudas al respecto sobre el adiós definitivo de la publicación que sin embargo, de la mano de la Xunta de Galicia, editará un número extraordinario y corporativo para la promoción de esta Comunidad Autónoma con motivo del *Gastronomy Festival* de New York (6-17 de noviembre de 2006).

### **Palabras para un adiós o un hasta luego, ¿quién sabe?**

No pretende el titular ningún juego de palabras con mayor o menor gracia. Es un hecho. Nos vamos. Nos tenemos que ir. *Viandar* debe hacer un alto en su andadura.

Las despedidas, siempre desagradables, aunque sean voluntarias, son difíciles. A veces se opta por salir corriendo sin mirar atrás y sin ceder terreno alguno a la nostalgia. Otras, como ésta, los sentimientos vividos, las experiencias compartidas, nos obligan a afrontar las palabras para el adiós aún sabiendo que nunca serán justas, que dentro de un tiempo se nos ocurrirán otras mejores y más precisas y, sin embargo, esa ahora cuando nos vamos, es ahora cuando deben llegar a todas aquellas personas, a todos aquellos amigos que durante este tiempo tan intenso han compartido con nosotros la excitante experiencia de *Viandar*.

Sois muchos los que habéis comido, bebido y disfrutado en nuestra mesa. De todos nos acordamos en estos días. A todos os agradecemos vuestra amistad, vuestro apoyo, vuestro confianza, vuestra desinteresada colaboración.

A todos también queremos haberos pediros perdón. Perdón por si fuera el caso de que en este tiempo pudiéramos haberos molestado u ofendido. Perdón por no haber sabido sacar adelante este proyecto que sabemos os entusiasmaba casi tanto como a nosotros. Perdón por no haber tenido muchas veces el tiempo y el tacto de trataros como os merecéis.

El momento del adiós es el propicio, además, para los agradecimientos, gracias a un equipo fantástica compuesto por jóvenes profesionales que lo han dado todo por este proyecto y que nunca podrán sentirse fracasados porque se haya truncado. Al contrario, nuestra supervivencia hasta hoy defendiendo el producto de mayor calidad del mercado se debe a ellos.

Gracias, por supuesto, a todos nuestros lectores, fieles hasta el final, críticos y responsables, siempre han sabido incentivarnos en la manera adecuada para hacer nuestro trabajo lo mejor que hemos sabido.

Gracias, a tantos colaboradores. A los que nos han aportado sus trabajos periodísticos, sus dibujos, sus fotografías, sus reflexiones; a los que nos han apoyado con sus colaboraciones publicitarias y a los que han difundido nuestra marca por el mundo. Gracias a todos.

Se terminan las palabras del adiós. Ya se hace larga la despedida. Sólo nos queda esperar la inspiración y las circunstancias que, tal vez, ¡quién sabe!, puedan convertir el adiós en un hasta luego. El futuro lo dirá.

Mientras tanto os pedimos un último favor. Descorchad un buen vino y celebrad con nosotros este adiós que, como todos, es a su vez principio de otra etapa que esperamos sea aún mejor.

Buen Provecho y Hasta Siempre

**Revista *Viandar*, número 42, abril-mayo de 2004. Editorial.**

Triste despedida y reconocimiento de errores y aciertos. Con el adiós de *Viandar*, con su desaparición, se perderá también, dentro del ámbito gastroperiodístico existente en el momento de su adiós, la diversidad de opinión, el espíritu crítico, y la apuesta por los productos nacionales, por el reconocimiento y divulgación de su diversidad, que fueron enseñas de la publicación y cuya perspectiva resultará complejo hallar en el resto de la oferta gastroperiodística de las publicaciones periódicas especializadas de este momento.

*Viandar* se despide de los lectores y deja un hueco difícil de llenar que estuvo dedicado, en buena parte, una parte sustancial, al folclore gastronómico, cuya tradición y la cultura popular quiso divulgar.





### 3.2.8.13 Cocina Futuro

Publicada por primera vez en el mes de febrero del año 2000, la imagen, los contenidos, también el público lector o destinatario de la hoy físicamente desaparecida publicación *Cocina Futuro*<sup>591</sup>, nada tienen que ver con la imagen moderna y la visión global sobre el fenómeno gastronómico con los que dejó de editarse.

Las principales argumentos en origen de esta publicación, que nace con vocación de ofrecer información tecnológica, legislativa y de seguridad e higiene en los ámbitos culinarios y de la alimentación, centran los primeros años de su vida editorial, lo que en realidad la alejan en esencia del objetivo de análisis de este trabajo. Sin embargo, progresivamente y algunos años más tarde desde la aparición de ese primer ejemplar, la publicación adoptará varios cambios sin que constituyan por ello un distanciamiento de fondo de su filosofía inicial: esa vocación de servicio al profesional. Sí en cambio supone un claro e intencionado acercamiento hacia un mercado de destinatarios más amplio, que puede o no tener esa necesidad de asesoramiento y búsqueda de conocimiento o información técnico-científica. Esos cambios que veremos a continuación supondrán el acercamiento progresivo y la amplitud sobre el espectro inicial de contenidos, que finalmente conducirán a poder hablar de revista especializada en gastronomía destinada a un público alejado de lo estrictamente profesional, bien de la cocina, la sala, el montaje y la construcción de espacios para hostelería y restauración, el diseño y la maquinaria y/o la tecnología diversa implícita, o la seguridad e higiene del sector. En esta evolución la publicación experimentará varios cambios progresivos, entre ellos, la reducción de tamaño, la ya mencionada amplitud de enfoques sobre los contenidos y la apuesta por un diseño en su día transgresor en relación a la temática protagonista.

La apuesta por un formato menor, influenciado por el sector en auge que representa en estos instantes la publicación gastronómica en general, bajo la atención seductora de la gastronomía y sus otras conexiones al margen del escenario profesional

---

<sup>591</sup> El último ejemplar de la revista gastronómica *Cocina Futuro* en su edición física, es decir, en formato magazine y soporte papel, fue el número 135 del mes de diciembre de 2014. Desde entonces y hasta la última consulta realizada el 11 de enero de 2015, única subsiste su página web. Daniela Cenis, directora de la publicación, en conversación mantenida con la autora de este trabajo avanzó durante el año 2015 la intención de continuar el proyecto en un futuro no muy lejano. Cabe señalar que en 2015 y cuando se terminan de repasar estas páginas, 11 de enero de 2016, sigue sin haber rastro “físico” de la revista.



como principal valedora, servirán para dilatar considerablemente perspectiva y contenidos, y, por tanto, conseguirá que sea útil para un perfil de lector más amplio además de mantener el gancho con el profesional. A partir de 2003 *Cocina Futuro* desdibujará el carácter de publicación técnica con el que irrumpió en el mercado de publicaciones. Lo que ocurre bien entrado el nuevo siglo, momento en el que como hemos visto con anterioridad, el lector puede encontrar un amplio abanico de publicaciones especializadas (y asentadas) en el desarrollo de contenidos gastronómicos.

También será el momento en el que se atisbe el inicio de la caída vertiginosa del soporte que la acoge, el papel. Para su director, Gaspar Rey, será el momento propicio porque “el mercado está maduro”<sup>592</sup>; obviamente, el artífice de la revista se refiere al mercado de lectores, y es ahí, en una coyuntura compleja que en tan solo unos años fulminará periódicos y revistas, donde se lanza valiente para competir como alternativa solvente y diferenciada con respecto al resto de revistas de idéntica temática disponibles en el quiosco.

En la página web, que se mantiene viva a día de hoy pero que no está actualizada<sup>593</sup>, queda constancia de la existencia de esta publicación desaparecida del quiosco en diciembre de 2014. Sin que se evidencie a día de hoy continuidad o actualización de contenidos, siquiera en la web, esta misma plataforma digital, en su apartado dedicado a la fundación, indica el mes de septiembre de 1999 como fecha fundacional de la revista<sup>594</sup>. Sin embargo, a todos los efectos y antes de comenzar a trazar su trayectoria, se considerará aquí que el primer ejemplar publicado en España es el aparecido en el mes de febrero del siguiente año. Es decir, el del mes de febrero de 2000. Es muy posible que la fecha anterior indicada en la web se refiera, lógicamente, a la formación del equipo de dirección y redacción de la revista que trabajarían desde ese mes de diciembre del año anterior para materializar finalmente el producto periodístico.

---

<sup>592</sup> Cita recogida en la web Cocinas Centrales (<http://www.cocinascentrales.com/articulosDetalle.php?reg=56>).

<sup>593</sup> Afirmación ceñida a la última visita sobre contenidos en la web, febrero de 2016.

<sup>594</sup> Página web de la publicación. En línea. Última consulta 11-01-2016 Disponible en <http://cocinafuturo.net/quienes-somos/>.

Con la evidencia de ese primer ejemplar, su numeración y fecha de publicación correspondientes, se toma como punto de origen de la cabecera el mes de febrero del año 2000, por entenderse que el resto de publicaciones aquí estudiadas (cualquier tipo de publicación en realidad) precisa de trabajo previo para su ejecución. Como sabemos, el origen de cada revista en el ámbito profesional del periodismo, su punto de partida, su puesta en circulación o su presentación en sociedad, viene marcado por la fecha de su lanzamiento, de su puesta a la venta de un primer ejemplar –o por el inicio de su distribución gratuita y posibilidades de suscripción en este caso concreto, dado que así fue su primera distribución-. Dicho esto, comienza la historia de una publicación relevante y diferenciada dentro del panorama general de la revista gastronómica especializada.

### **3.2.8.13.1 Tecnología, higiene y legislación sobre la mesa**

Como publicación mensual y de gran formato –aspecto periódico de 42 cm de alto por 28,7 cm de ancho-, con una media de 16 páginas que se verían ampliadas hasta alcanzar las 30 a finales del año 2002-, y con una temática específica enfocada al profesional, *Cocina Futuro* ve su primer número en febrero del año 2000.

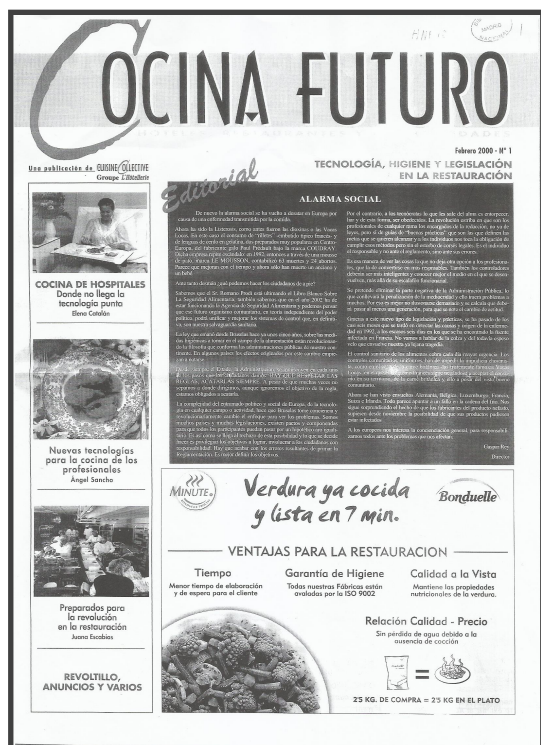
De la mano de *Cuisine Collective* –La Cocina Colectiva, publicación gala nacida en 1987- y hecha en Madrid desde la calle Montera número 34, se edita por primera vez esta publicación recién estrenado el nuevo milenio. La revista contará con un consejo editorial formado por expertos y especialistas desde sus comienzos.

Dirigida por el tristemente fallecido y recordado Gaspar Rey, el grupo fundacional de redacción estuvo formado por Elena Catalán, Juana Escobias y Xiomara Cantera, junto a los colaboradores, Yves Sinclair –chef-, Ángel Sancho, Mario Cañizal y Pascual Laza, que dieron vida a estas primigenias y escuetas páginas.

La publicación de inusual formato tabloide incluyó fotografías, se editó en color desde su primer número y mantuvo durante este periodo la periodicidad anunciada<sup>595</sup>. A

---

<sup>595</sup> La revista experimentará varios cambios en este sentido fruto de la crisis de lectores y papel, como veremos más adelante.



Portada del primer ejemplar de la revista *Cocina Futuro*, febrero del año 2000.

este respecto y en relación con este tipo de publicaciones cuya principal vía de ingreso será la publicidad inserta entre sus páginas, publicidad del sector al que se dirige o sobre el que divulga, cabe señalar que en este momento el mercado cuenta con un gran abanico de publicaciones profesionales, que a través de empresas de comunicación y/o de publicidad, gestionan este tipo de productos que responden más a la necesidad de publicitar, de hacer llegar o dar a conocer productos, marcas y maquinarias a sus potenciales clientes. Estamos por lo tanto ante una revista, *Cocina Futuro*, que permanece en este momento alejada de un público amplio o general.

*Cocina Futuro* aparece en escena cuando en el mercado coexisten otras revistas dedicadas o volcadas con el sector profesional de hostelería y restauración y que se distribuyen, principalmente, mediante la suscripción. Es el caso de *La Cazuela*, revista que venía editándose desde hacía al menos tres años antes<sup>596</sup>, o, *Saber y sabor*, que data nada menos que de 1992 y que a día de hoy permanece completamente actualizada y con una imagen impecable<sup>597</sup>.

La puesta a la venta (que se producirá más adelante) así como la posibilidad de suscripción gratuita (fórmula con la que nació) de una publicación técnico-especializada, a la que en principio sacarán jugo hoteles, restaurantes y restauración colectiva con sus respectivas áreas y capital humano, parece oportuna en el contexto en el que nace, con la existencia de publicaciones similares como hemos visto, pero sobre todo, por cuanto necesidad de mejora se refiere en el sector al que se dirige. Mejoras necesarias en

<sup>596</sup> Revista editada desde 1997 (fecha por deducción en base al material disponible en BNE) por la empresa de publicidad y comunicación, Hostelería hoy (Madrid). A día de hoy continúa su edición.

<sup>597</sup> Revista editada desde 1992 por el grupo de comunicación Vilbo (Barcelona) estuvo titulada en origen como la "revista técnico profesional de restauración, hostelería e industrias afines". Esta publicación se mantiene bajo el subtítulo "la revista de los cocineros".

muchos terrenos: en el tecnológico, en el de la vigilancia sanitaria, y sobre la necesidad de una precisa legislación que viene demandando la sociedad española en materia de alimentación y restauración colectiva (colegios, hospitales, universidades...). Y estos serán los principales temas que desarrollará la publicación en su primera etapa. Aspectos que en cierto modo (en textos y editoriales) ya venían señalando otras cabeceras en este periodo perfectamente asentadas si bien es cierto que su punto de vista era la del consumidor, y el de *Cocina Futuro* pasará por las reclamaciones y mejoras que demanda la parte implicada en el servicio o suministro, es decir, la parte profesional.

Con varios casos de intoxicaciones en Europa que han provocado alarma social y por los que se han movilizado como nunca las administraciones de gestión europeas<sup>598</sup>; con el gran número de avances y anuncios sobre técnicas alimentarias e industrias de transformación de alimentos sin que se apliquen controles completos y contrastados, claros, y sin que se imparta formación detallada a los futuros responsables de su manejo o servicio, *Cocina Futuro* se configura como un contenedor de información y pistas para el profesional preocupado por su sector, su calidad, seguridad y buena prensa.

La revolución de la restauración ligada a la tecnología punta; la necesidad de formación de personal de cocina y sala, la descripción detallada de los nuevos aparatos que facilitan la vida del restaurante o la cocina industrial; las nuevas técnicas de envasado y conservación de alimentos; los alimentos preparados, semi-cocinados o semi-preparados para su posterior manipulación en cocina; los nuevos modelos de negocio y la literatura específica no apta para el entretenimiento y sí para el estudio<sup>599</sup> son los contenidos principales de la revista, junto con las pequeñas notas de actualidad sobre ferias y congresos.

Es principalmente el aparato tecnológico, sus empresas, diseños y marcas, la principal fuente publicitaria; aunque el equilibrio entre contenidos y artículos es manifiesto, el mismo guarda una estratégica relación con los anunciantes. Lo que

---

<sup>598</sup> En prensa se han venido anunciando los casos de las vacas locas, la intoxicación por dioxinas y listeriosis; el Libro Blanco Sobre La Seguridad Alimentaria verá la luz muy pronto; 2002 será el año en el que entre en funcionamiento la Agencia de Seguridad Alimentaria.

<sup>599</sup> Hacia el final del periodo de la publicación con dicho formato y estructura se incluirá también bibliografía más amplia que incluye el libro de grandes chefs, recetarios y ensayos y estudios sobre sociología, antropología y alimentación.

tampoco sorprende al sustentarse únicamente a través de dicha vía. Este aspecto se corresponde con el tipo de publicaciones que responden a campañas o medios para desarrollar comunicación corporativa. Es decir, una publicación diseñada para divulgar el menaje y aparataje industrial del sector. Sin embargo, este aspecto no debe llevarnos a desmerecer el trabajo de los contenidos que alberga la publicación en este momento de su historia, pues verdaderamente informan y señalan esos aspectos que finalmente desarrollará la revista más adelante y de manera mucho más independiente, dejando atrás este periodo. Es decir, bajo la perspectiva, ahora sí, periodística de divulgación de interés general aunque especializada sectorialmente.

Desde un primer momento, Gaspar Rey, responsable de esta publicación que permanece fiel a ese espíritu y contenido temático anteriormente descrito y que se enmarca en el periodo que abarca desde febrero del 2000 hasta finales de 2002, es decir, en lo que podríamos considerar como primera etapa de la que terminará siendo una poliédrica publicación especializada, reclama la necesidad de involucrar a las administraciones en todo lo relativo a la alimentación de los españoles: desde la infancia hasta la edad adulta pasando por los periodos de convalecencia y la comida en hospitales, así como de los centros de educación superior. Justo es añadir que esta demanda ha tenido su reflejo en buena parte de las cabeceras aquí estudiadas, dado que la sensibilidad de su temática y el desarrollo de contenidos específicos conllevan la detección de problemas y puedan atisbarse sus posibles soluciones. Sobre los puntos anteriores queda mucho trabajo por hacer a tenor de los textos o informaciones que lleva impresos *Cocina Futuro*.

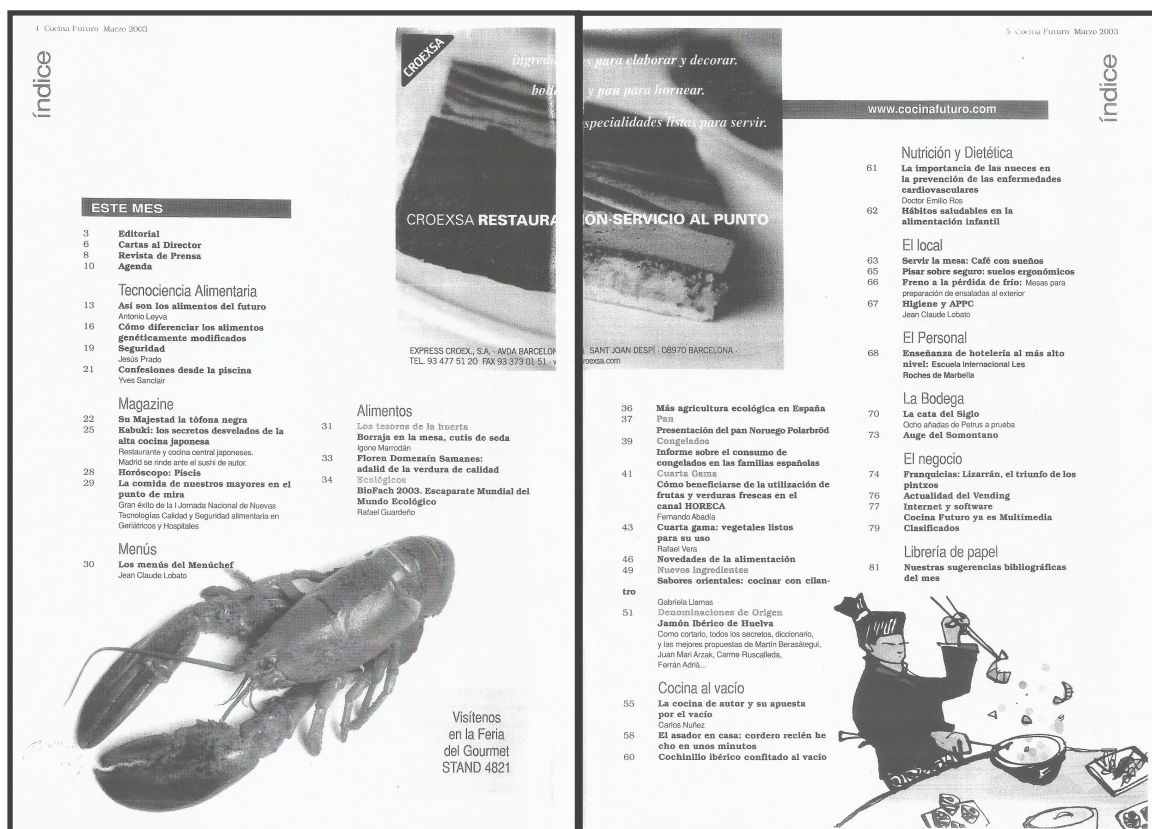
Estamos ante unos años en los que la carencia de profesionales especializados es notoria y así lo transmiten los distintos medios en artículos y reportajes en los que además de demandar formación anuncian la necesidad de ocupación. Escuelas de Hostelería, como la de la Casa de Campo, y centros de formación profesional van a experimentar incrementos en el número de matriculación ante la necesidad de cubrir puestos de trabajo en hostelería durante estos años.



### 3.2.6.13.2 De la colectividad profesional a la familiaridad entre públicos

Con la puesta en circulación del número 32, en febrero de 2003 comienza la transformación de la revista. Lo más evidente será su presentación y la reducción de su tamaño. El nuevo formato se asemeja al resto de publicaciones habituales: 29'8 cm de alto por 21 cm de ancho.

La revista, editada ahora bajo La Cocina Colectiva S.L. y con la redacción y el diseño gráfico asentado en la calle Campomanes número 3 de Madrid (Maimai Media Network S.L) lleva exactamente tres años en el mercado desde la aparición del primer número e inicia ahora un nuevo periodo que aparentemente afecta sólo al diseño gráfico, la maqueta y el ya mencionado tamaño.



Sumario 2003.

No parece que la publicación cuente con redacción propia y sí en cambio apuesta por la figura del colaborador en cuanto a la redacción de textos; también del

colaborador experto en algún terreno específico como cocineros, enólogos, técnicos de investigación científica, etc., que se materializará en el consejo editorial que en estos momentos aparece más amplio o especializado que el original con el que debutó.

Un examen detenido de la remodelación de la revista lleva a reconocer que aquí comienza a perfilarse un proyecto de calidad editorial destinado a satisfacer la demanda de un público más amplio, aunque hablar de amplitud en este sector es decir mucho pues a pesar de la explosión gastronómica, este lector siempre ha sido un público escogido; sólo hay que atenerse a los datos de difusión aquí manejados de los que se deduce que una revista de esta tipología técnico-profesional<sup>600</sup> no rebasaba los 12.000 ejemplares por año. Nos ceñimos por tanto a un público acotado que demuestra (o demostró) predilección por dos cosas: la información más allá de la tendencia y el plato, es decir, una profundización temática, además de la preferencia del papel como soporte de lectura, su otra característica principal.

En cualquier caso, puedo sintetizar base a la exploración realizada que, del lector específico y profesional la revista comienza a acercarse, quizás todavía sin consciencia plena, al consumidor, al cliente, al aficionado o experto gastrónomo y/o gourmet, a los colectivos intelectuales -periodistas o investigadores- que trabajan temas de alimentación, pues la revista constituye una buena base documental, aspecto coincidente con otras cabeceras aquí analizadas en cuanto a determinados artículos que podríamos considerar de base<sup>601</sup>.

Por otro lado, el control que hasta el momento ha realizado la Oficina para la Justificación de la Difusión (OJD) certifica no sólo la tirada de la publicación, en torno a las 12.000 ejemplares por año<sup>602</sup>. Demuestra que su alcance ha llegado, al menos, a 36.000 profesionales durante estos tres primeros años de vida.

---

<sup>600</sup> En teoría pues como se demostrará durante lo que se considera segundo periodo en adelante la revista contiene o suma un marcado carácter de análisis y reflexión sobre la alimentación y la gastronomía más allá de fichas y análisis científicos sobre marcas, maquinaria y productos.

<sup>601</sup> Aquellos artículos de corte histórico, recopilación y/o exposición monotemática de carácter intemporal o no supeditado a un/a determinado/a marca/producto.

<sup>602</sup> Datos OJD para la tirada anual de la publicación cuya pauta de publicación responde a la fórmula 10x12. Los datos hacen referencia al periodo de *Cocina Futuro* desde febrero de 2000 a febrero de 2003.



Comienza así una segunda etapa en la que, a pesar de contener información mayoritariamente de interés para el sector profesional, la misma se ameniza con ilustraciones, gráficos y fotografía como si de una publicación de quiosco se tratara. No cabe duda del tirón gastronómico, de su evolución y necesidad de equiparación a los estándares de calidad y servicio que desde hace tiempo despliegan otros países. El especial interés o principal valor de la revista va a recaer a partir de ahora en su ardua tarea por desmitificar las dificultades de la alta cocina y de la cocina profesional en general, para inferir seguridad y confianza a sus trabajadores con informaciones, comparaciones, estudios y consejos. Pero también velar por los factores implicados en la seguridad alimentaria, en el desarrollo de productos, en sus composiciones y usos: sobre las influencias (o injerencias) de esos aromas y sabores proporcionan con respecto al conjunto o preparación resultante o final.

Ofrece como vemos la otra revolución culinaria y menos mediática, la revolución de las industrias que, en buena medida, han hecho posible la cocina contemporánea. Es decir, el recorrido que va desde los alimentos y su manipulación (o manipulaciones) por parte de las empresas de elaboraciones alimentarias y los platos semi-preparados o elaborados –las famosas cuarta y quinta gama- hasta las cocinas profesionales con sus tecnologías y novedosas maquinarias<sup>603</sup>.

Durante los próximos años la revista contendrá: “Editorial”; “Cartas al lector”, sección en la que ya no sólo aparecerán consultas profesionales sino sugerencias de consumidores reclamando, por ejemplo, transparencia y mejora de los etiquetados, o estudios sobre transgénicos...; “Revista de Prensa” donde se destacan estudios de aplicación no sólo para la industria sino para la buena salud y buena mesa de la población; unas páginas especiales tipo dossier o “a fondo”, más técnicas que divulgativas pero útiles desde el punto de vista profesional y público (es decir, para el cliente);

---

<sup>603</sup> La publicación explica en este sentido avances, técnicas o innovaciones alimentarias como la extrusión –compresión de alimentos-, el PCR –análisis de composición de alimentos, una especie de análisis para conocer el ADN de la comida-, la cocina al vacío –técnica culinaria-, etc. Además en prácticamente todos los artículos de este tipo revisados, cuando tratan de alimentación se incluyen las referencias estudios o publicaciones académicas. Tan sólo son algunos ejemplos para situar al lector de este trabajo en este contenido específico y que demuestran su interés para la sociedad en su conjunto.

agenda o citas gastroculinarias y empresariales o comerciales del sector horeca<sup>604</sup> así como feria o congresos profesionales sobre industria alimentaria. Progresivamente esta agenda se ve ampliada a citas gastroculturales o de disfrute para el público o la sociedad en general, con cursos y ferias no profesionales. Materias primas cuyos contenidos quedan divididos mes a mes en: alimentos básicos, envasados y congelados; novedades en torno a nuevos productos, aparatos o maquinaria, publicaciones y legislación; denominaciones de origen; técnicas y utensilios, que conllevan a su vez la elaboración de contenidos sobre su manejo y aplicación –aquí entra en juego el cocinero o chef reputado que aplica o se pone manos a la obra elaborando recetas de las que la revista da cuenta, y que vienen a demostrar la eficacia de la técnica, o dicho de otro modo, una especie de “¡piérdale el miedo y mire lo que con ella puede ofrecer al cliente!”; una sección específica para el personal de sala y el servicio de mesa; formación; modelos de negocio; seguridad e higiene; bodega; nutrición; anuncios clasificados (empleo, traspasos, venta maquinaria); y hasta horóscopo con sentido gastronómico. Y todo a través de contenidos accesibles al público masivo o generalista. En realidad estamos ya ante una publicación, a la que si se deja de observar la publicidad específica, ofrece abundante e interesante información al público, también reflexión y conocimiento. Y opinión, ligera opinión con tendencia al consumo y de autoría y temática variada que enlaza o conduce a una de las características propias del sector y profesión periodística. Aunque buena parte del resto de los textos que se desarrollan, los que ahondan en la actualidad – los que podrían considerarse textos más ligeros-, pero también algunos artículos y reportajes, se reproducen sin firmar.

La revista irá progresivamente puliendo su sumario. El aquí reproducido ofrece una imagen de conjunto sobre los contenidos y su versatilidad de públicos, a pesar de que se insista desde la propia publicación en dirigirse al profesional de sector horeca.

Incluye además la reproducción de recetas, con lo que la revista se reconfigura, se matiza en muchos de sus aspectos y, aunque sigue siendo una revista con abundante información técnica, temas, lectura y presentación la alejan del rígido diseño y estilo de

---

<sup>604</sup> Horeca: hoteles, restaurantes y cafeterías.

otras publicaciones sobre maquinaria y tecnología para la restauración de colectividades y hostelería en general.

### **3.2.8.13.3 Cocina Futuro, “magazine” profesional**

Transcurrido un año desde la remodelación anterior comienzan de nuevo los cambios en 2004. El conjunto de colaboradores se amplía y completa. Entre ellos comienzan a firmar nombres internacionales tan relevantes como Hervé This –cocinero, físico y químico del INRA francés<sup>605</sup>, padre de la llamada cocina molecular- o Gerry Dawes –Premio Nacional de Gastronomía en 2003, reconocida autoridad en vinos españoles-. Más adelante, también lo hará el escritor estadounidense Harold McGee.

En escena entra el diseñador Jacobo Gavira quien ilustrará la revista desde este año, y más tarde ejercer el cargo de director de arte, desde 2006 hasta 2011.

En relación con esos cambios que no sólo afectan a la redacción, Gaspar Rey, director de la revista señala: “la familia se amplía, otros llegan para renovarse sin que los anteriores se vayan”, y, “[...] se deleitarán con el estilo de Jacobo Gavira nuestro ilustrador, que se añade a la ya clásica Ximena Maier, en el listado de ‘gente de la casa’”<sup>606</sup>. El proyecto crece.

La revista ganará a partir de ahora no sólo en contenidos o lustre informativo, sino en corte periodístico con textos mucho más elaborados –redondos, podríamos decir- y en estilo: un clarísimo cambio que se percibe y se confirma con un ejemplar que marca esas diferencias guiadas por la mano de Jacobo Gavira, y en las que también participa el ilustrador Federico Moreno, colaborador de la publicación.

<sup>605</sup> INRA: Instituto Nacional de Investigación Agronómica, (Francia).

<sup>606</sup> Revista *Cocina Futuro*, febrero de 2004. Editorial, pp. 3-5. Cabe señalar además que en el terreno de la ilustración trabajará también en distingos números Federico Moreno.



*Cocina Futuro*, número 42, febrero de 2004. Portada de Jacobo Gavira. El cambio resultará crucial. Osadía y personalidad en un territorio hasta ahora dominado por cámaras y objetivos. En el interior claro acercamiento al público ajeno al terreno exclusivo del profesional.

Con respecto a los temas, no sólo se amplía considerablemente el enfoque de cada uno con una serie de conexiones ajenas a las estrictamente culinarias<sup>607</sup>, sino que la revista ya apunta enfoques que son de interés para un número de personas más amplio que el que representa ese conglomerado profesional para el que nació. No en vano cobra sentido afirmar que la revista es en estos momentos un asesor de empresa personal que proyecta soluciones a necesidades, además de anunciar innovaciones que permiten dar a conocer los diferentes nuevos productos para el profesional de la hostelería y la restauración. *Cocina Futuro* se percibe como efectivamente el futuro de la cocina.

La revista, que a todas luces ha conseguido llamar la atención dentro

del propio sector editorial especializado, cuyas principales remodelaciones están teniendo lugar ahora (de 2003 a 2004 todas experimentan cambios), adopta las formas propias de este tipo de publicaciones destinadas al público general: incorpora a profesionales del periodismo que ahora desarrollan contenidos técnicos pero que añaden cierta creatividad y estilo en esta etapa destinada no sólo a informar sino también a seducir a través de titulares, esquemas, desarrollo de textos e ilustraciones y

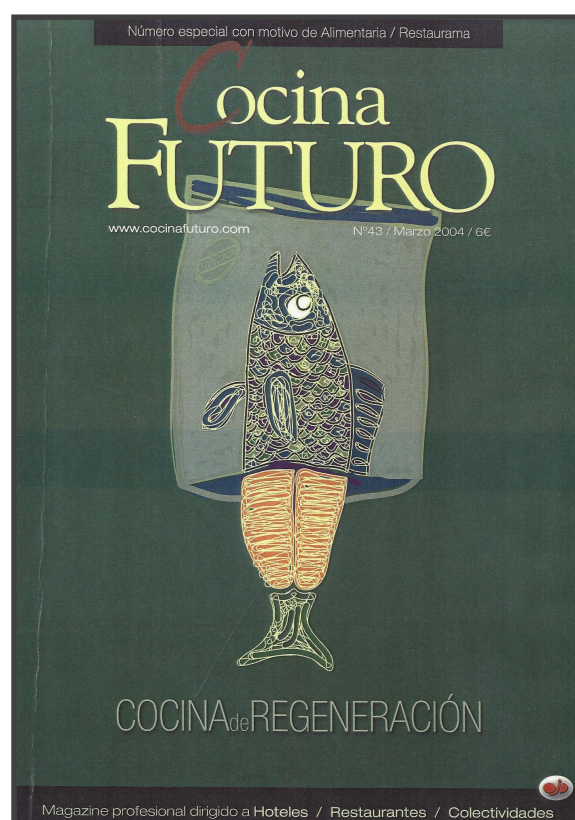
<sup>607</sup> Ejemplo de esta ampliación pueden ser los siguientes reportajes o artículos: “¿Qué será de nuestra cocina mañana?”, “Por estas cosas... ¡La cocina es bella!”, o, “La industria y la cocina del futuro”. Todos ellos publicados durante 2004. Son textos a los que sacar jugo se encuentre uno del lado que se encuentre: bien en la cocina, inmerso en desarrollo tecnológico o sentado frente a la mesa y dispuesto a disfrutar.



gráficos; ya no se anuncia como “revista” sino como “magazine”, palabra que encaja dentro de un marketing más amplio, que destila características propias, y que junto con la sustitución de la grapa por el encolado, el cambio de papel, la portada ilustrada –no fotografiada-, mate, colorista y conceptual, y el refuerzo estilístico de la construcción interior de textos y titulares, induce psicológicamente al lector, de una sola ojeada, a pensar que está frente a algo más que una “revista” para profesionales.

*Cocina Futuro*, que mantiene el esquema del periodo anterior, pule sin embargo contenidos: más reflexivos y en conexión con la propia evolución de la cocina que está impregnando otras áreas propias del mundo intelectual o artístico (también con toda sus polémicas). Con todo continúa siendo una revista donde el mayor peso se halla en contenidos especializados en torno a la profesión o profesiones (sector horeca). Una revista que desgana características y cualidades de nuevos productos, ofreciendo las pistas e impulsando y fomentando la creatividad para su uso en la cocina profesional. En este sentido, despliega otra clara vocación, la de vehículo no sólo para el conocimiento de nuevos productos o técnicas, sino para la inspiración.

La revista explica la legislación pertinente así como las nuevas técnicas que sin duda influyen en el propio nombre de la cabecera, *Cocina Futuro*. Por la misma pasean la nueva conservación de alimentos a través de la tecnología, las deconstrucciones<sup>608</sup>, reestructurados<sup>609</sup>, marinados de última



Cocina Futuro, número 43, marzo de 2004.  
Portada Jacobo Gavira.

<sup>608</sup> Señalo una vez más que esta investigación es mostrativa con respecto al contenido, apariencia y evolución propia del producto periodístico denominado revista especializada en gastronomía, y no analítica con respecto a la propia evolución particular de la cocina pues esa sería otra investigación.

<sup>609</sup> Ibid.

generación, gelificados<sup>610</sup>, la cocina del “vacío”, etc. Todo, como vemos, son técnicas familiares o propios de la cocina contemporánea. También analiza aspectos o cuestiones como qué son los emulsionantes o los aditivos, la necesidad de explicación, indicación y vigilancia sobre los productos transgénicos, por citar algunos ejemplos representativos. Pero lo llamativo o singular en este periodo de su historia es que también se ofrecen textos peliagudos como el que señala los aspectos desagradables sobre las franquicias – completamente atípico y que encaja con el espíritu de independencia de la revista que se debe por entero más que a la gastronomía, que también, a todas sus gentes, sean profesionales o comensales y degustadores-.

No serán pocas las ocasiones en las que la publicación señale, en editoriales o destacados, los supuestos “intereses” o “presiones” o “competencia desleal” por parte de terceros. No obstante a lo anterior, dado que no se citan nombres concretos, a no ser que se sea parte implicada en la disputa, o que se siga el caso, o se permanezca en conexión con el sector aludido, resulta imposible para el lector definir con exactitud aquellas partes implicadas. Esto ocurre en algunos de los editoriales hasta este periodo consultados. Como ejemplo ilustrativo puedo citar la entrevista<sup>611</sup> al director de la revista *Club de Gourmets*, Francisco López Canís, publicada con motivo de la celebración del *XIX Salón Internacional Club de Gourmets*. En destacado final aparece publicada una nota de redacción que puede servir de ejemplo sobre esta afirmación. He aquí la reproducción de la nota final señalada:

“Cocina Futuro apuesta desde sus inicios por la opción del libre mercado y libre competencia. Desde siempre hemos sabido que hay algunos que, apoyados en estructuras de poder, se han creído tarzanes de lianas indecisas sobre las que se creen almirantes de barcos de estanques purulentos. Apostamos por la selección natural y no por el amiguismo desbordado de los mandantes. Saber de la labor de zapa que algunos miembros de organismos oficiales han hecho a favor de unas ferias y en detrimento de otras nos produce vergüenza, cosa de la que ellos carecen”.<sup>612</sup>

Finalizando el año 2004, con la publicación del número doble de noviembre-diciembre que hace el número cincuenta, la revista vuelve a introducir algunos cambios

---

<sup>610</sup> Ibid.

<sup>611</sup> Revista *Cocina Futuro*, número 52, marzo de 2005, pp. 48-51.

<sup>612</sup> Ibid.

apareciendo por primera vez las siglas CF, en sustitución del nombre completo con el que se identifica desde su origen la cabecera.

Comenzado el 2005 la sociedad editora, La Cocina Colectiva S.L. cambia de su sede a Mercamadrid (Crta. Villaverde a Vallecas Km. 3.800, Plataforma Baja – Parcela B-3 de Madrid<sup>613</sup>).

“Editorial”; “Opinión”; “Actualidad”; una especie de “especial” o monotemático cuyo título está en función del objeto/cocina/persona abordados; “Magazine”; el tradicional “Tecnología”, toda la maquinaria y las técnicas aplicadas a la cocina por medios tecnológicos quedan ahora agrupadas; “Legislación”; una sección desde la cual se aborda el producto cuya designación remite al propio nombre del producto<sup>614</sup>, “Repostería”, donde evidentemente quedan agrupados los dulces; y, “Bibliotheca”<sup>615</sup> junto al espacio intermitente sobre puros llamado “Buenos Humos” completan la estructura de la revista (temáticamente permanece casi fiel al comienzo de su andadura pero se han reorganizado con mayor inteligencia los contenidos).

En el staff editorial figuran durante este periodo: el ya señalado célebre científico Hervé This, Fernando Abadía, Igone Marrodán, Rafael Guardado, José Luis Martín, Arturo Pardos, Girogio Baldari, Thierry Le Baut, Ángel Salvador, Victoria de la Cruz, Silvia Hesteinberg, Ainara López, Nunzio Mauriello, J.L. Flores, y Monique Auxenfans. Al cargo de ilustración y diseño de la revista se mantiene Jacobo Gavira. Las funciones de realización y maquetación que venían desarrollando Federico Moreno y Alejo Torres (ediciones gráficas Puni-Puni) recae, a partir de 2006, en La Troupe de Comunicación S.L. Y la fotografía durante estos años hasta el mencionado 2005 son de Becky Lawton, Sacha Hormaechea, Leon Forado Benchimol, Philippe Imbault y Pepe Castro. Más tarde la revista señalará también en este terreno las aportaciones del fotógrafo Tayo Acuña.

<sup>613</sup> Datos recogidos del ejemplar número 51, febrero de 2005.

<sup>614</sup> Esta sección se ve desdoblada en varias ocasiones con las series “cava” o “rincón del aceite”, por ejemplo, que se incluyen en el sumario pero que no se corresponde con secciones fijas de lo que sería una estructura periodística propia. Remiten a la matriz o serie dedicada al producto. Su división o tratamiento destacado y/o a parte podría estar relacionado con cuestiones de publicidad o promoción.

<sup>615</sup> Reproducción literal del nombre de la sección.



Durante este periodo los temas con los que se va abriendo el espectro de lectores son: la serie especial dedicada al bocadillo<sup>616</sup> en la que se combina el texto explicativo con la fórmula establecida, propia de la entrevista, de un breve cuestionario – cuestionarios Proust o Marx, según la clasificación de David Vidal<sup>617</sup>– con el que a través de preguntas breves y directas, de estilo ligero o ameno, se extrae la visión de chefs sobre el tema –en este caso sobre el bocadillo–, algo que si tiene especial jugo es para el comensal (aunque los imitadores de la restauración lo trasvasen a otros locales); la serie auspiciada bajo sección propia prolongada en el tiempo, sección de “Cocina Molecular”, donde a través de la misma se explica, con un estilo ameno, alejado de tecnicismos, aspectos relacionados con la misma además de sobre sus incidencias en la manera de conceptualizar, definir, influenciar o destruir modos de cocinar y tipos de cocinas; los reportajes de divulgación dedicados a la pirámide de los alimentos<sup>618</sup>; artículos de corte socio-económico como el titulado “Por qué comemos lo que comemos”<sup>619</sup>, o, los relativos a las conservas, y la osteoporosis, el cáncer de pulmón o la salud cardiovascular en relación con los alimentos funcionales y los alimentos enriquecidos van a ser una constante en este tramo de la historia de la publicación. Son estos temas representativos de ese acercamiento a un público más amplio, o, dicho de otro modo, son la evidencia de la inclusión de temas en los que poca aplicación de facto tendrán en el quehacer diario de los sectores aglutinados bajo el acrónimo horeca. En cambio, mucho tienen que aportar a la instrucción del comensal, también al intelecto general gracias al binomio gastronomía-cultura.

---

<sup>616</sup> Revista *Cocina Futuro*, números 51 y 52, febrero y marzo respectivamente del año 2005.

<sup>617</sup> Citado en *Las w's de la entrevista* de Begoña Echevarría Llombart (2002), pp. 26-27.

<sup>618</sup> Revista *Cocina Futuro*, número 52, marzo de 2005, pp. 80-84.

<sup>619</sup> Revista *Cocina Futuro*, número 53, abril de 2005, pp. 56-58.

### **3.2.8.13.4 Cocina Futuro, filosofía y bosquejo de un eslogan**

Trazamos una fina línea en la historia de la publicación profesional dirigida a hoteles, restaurantes y colectividades para señalar el punto de partida del nacimiento de una filosofía que se materializará más tarde en un eslogan hoy ampliamente conocido.

En 2006, además de cambios de personal de redacción y diseño, áreas en las que se producen incorporaciones, bajas y ampliación de funciones, como veremos más adelante, se inicia lo que considero una serie de cambios sustanciales sobre ese conjunto temático abordado y dirigido, en principio, al sector profesional pero donde desde hace tiempo tiene cabida como hemos visto en el epígrafe anterior otro tipo de lector. En este tiempo *Cocina Futuro* ha ido ampliando su público.

Hasta el mes de marzo no se producen esos cambios de manera significativa, siendo uno de los aspectos más palpables el de la cercanía bidireccional entre contenidos productos y protagonistas, de tal modo, que la revista es ahora apta para todos los públicos; si bien su publicidad no incita al consumo casero, sí en cambio al consumo de maquinaria y productos profesionales. Remarcar o señalar que ese “apto para todos los públicos” se circunscribe a públicos con intereses compartidos entorno a la esfera gastro-culinaria, principalmente.

Partamos primero de los cambios en los roles de dirección pues Daniela Cenis, jefa de redacción, a partir del ese mes de marzo pasa a la ser la responsable de la dirección de la revista. Los colaboradores engrosan filas y pasean periódicamente por la publicación mensual (Monique Auxenfans, Victoria de la Cruz, Ángel Salvador, Isabel Aires, Carlos Núñez, Enrique González Escudero...). En el consejo editorial de la revista permanecen: la Dra. Montserrat Pujolá (Asesora de Tecnología Alimentaria); Manuel Maldonado (Asesor de Derivados de Ibérico); Fernando Abadía (Asesor de Maquinaria y Métodos de producción); Yves Sinclair (Asesor de Cocina de Diseño y Tecnología de Aplicación); Grupo Persepia (Asesores en Enseñanza); y, Kiko Vázquez Freire (Asesor Técnico de Bodegas).

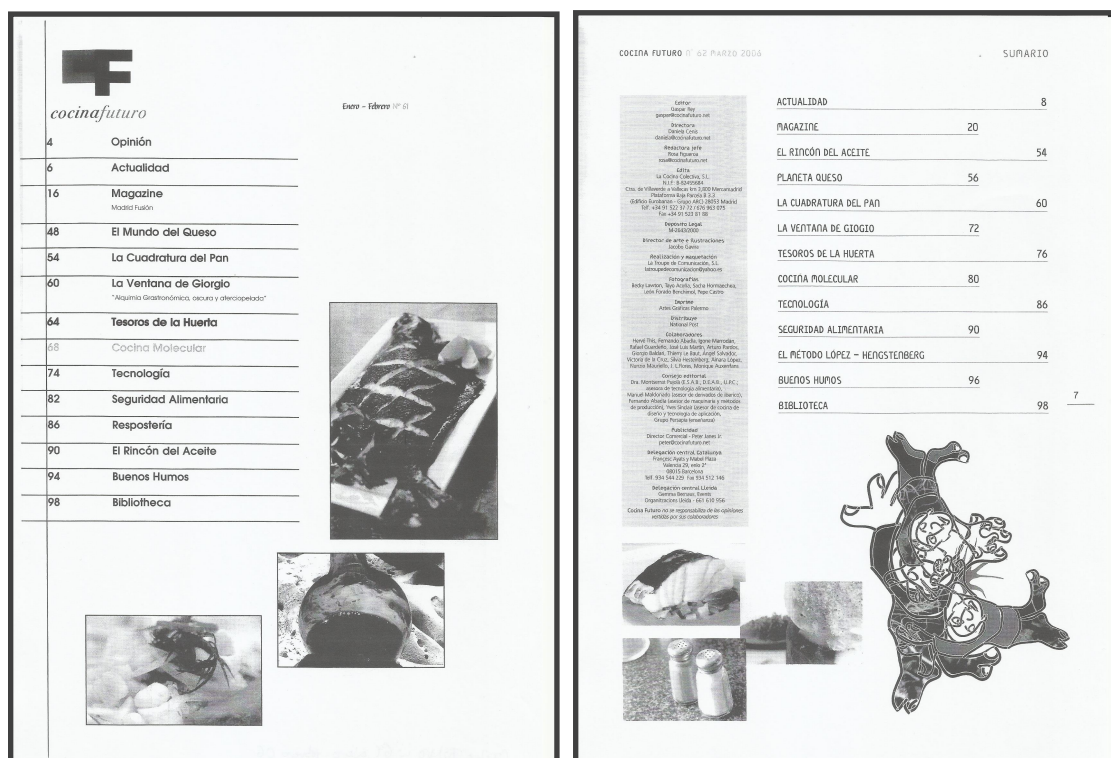
En cuanto a imagen y diseño se refiere, la tipografía de la revista cambia con el número 62 de la publicación, donde por lo demás se mantiene el logotipo que ha servido

para diferenciar el título de la cabecera y por tanto ha servido para subrayar los cambios de identidad estética.

Jacobo Gavira, quien ha sabido infundir personalidad a una revista que en principio era una publicación más dentro del mercado y sector temático profesional –recuerdo, técnico-profesional-, asume la dirección de arte de la revista. Su papel será fundamental en esa idea del binomio gastrocultural con el que cerraba el epígrafe anterior, que será el eslogan más recordado en la historia de las revistas gastronómicas donde, si bien es cierto que abundaba esa cultura específica implícita en contenidos, hasta su inclusión en el subtítulo de *Cocina Futuro* no se visibiliza de manera abierta, o reclama sin prejuicios, según quiera entenderse.

A partir de ahora, la conceptualización de cada portada e ilustración como metodología con la que transmitir un determinado mensaje, uniendo incluso técnicas artísticas en muchas ocasiones –desde al dibujo, la ilustración y la fotografía a sus posibles combinaciones por medio de la composición de superposiciones y collages-, conlleva la deliberada implicación del destinatario, al que se introduce en un juego en el que ha de seguir las pistas que le inducen hacia la lectura correcta, y por tanto, a la traducción del mensaje. El mismo conectará esa multiplicidad y transversalidad que por definición se acumula en la palabra gastronomía. De algún modo se materializa psicológicamente, ampliándola más allá de la vista, para conectar otras disciplinas y sentimientos; suscitando la imaginación al margen de los sentidos propios del gusto a los que se suele recurrir cuando se cita la palabra gastronomía como sinónimo de comida –señalo, buena y placentera comida- y a los que han venido prestando atención, periódicamente, el resto de revistas. Este juego malabar emprendido por el diseñador con el que seduce y transgrede en un sector tradicional donde la fotografía del alimento ha sido su principal valedor, apunta a un nuevo producto editorial, una revista todavía dirigida al profesional según reza la propia publicación, que sin embargo no sólo se percibe como un medio de información para el profesional de la hostelería y la restauración, sino que me conduce a afirmar que, desde el lector ya ganado, conseguido o fiel, la revista está recuperando un público de corte intelectual. Un público que no tiene por qué pertenecer al sector profesional, y al que a través del desafío estético visto, ligado a la propia revolución de la cocina en su máxima expresión, cocina de vanguardia,

junto a la transformación y ampliación en el tratamiento de los contenidos que veremos a continuación.



De izquierda a derecha los sumarios de los números 61 y 62, publicados durante los meses de enero-febrero y marzo, respectivamente, de 2006.

La revista amplía los textos breves dedicados a otros temas en los que la gastronomía se aborda desde la periferia del producto: esto es a través de encuentros, citas culturales, presentaciones de libros, cursos y talleres variados (comunicación, arte, protocolo...) sin que la finalidad de los mismos sea la formación o la adquisición de tecnología o productos –que en cambio sí son las principales temáticas del contenido publicitario-. Mantendrá esta constante durante los próximos años. Los textos sobre productos cada vez tienen más que ver con los aparecidos en las revistas especializadas en gastronomía, es decir, combinan la información con la divulgación, la recomendación y el entretenimiento. Con todo, vamos viendo como esta revista es la que menor similitud mantiene con las demás desde la motivación de su origen hasta su progresiva e imparable transformación (aquí cabe señalar el gran cambio que acomete también *Vino +Gastronomía*, en la que se produce igualmente esa singularidad propia de enfoques y

propuestas, de filosofía, que la diferencian del resto de productos más centrados en la tendencia en sus respectivas rectas finales; diferencias a través de la remodelación de diseño con la salida a la venta del número sobre todo del número 202 del año 2004).

De la lectura de los textos ajenos a las temáticas de interés propio para el colectivo profesional, se puede afirmar que los mismos abandonan el exceso de cifras, siglas y explicaciones de corte científico-técnico de antaño. Así ocurre, por ejemplo, en el reportaje “En busca del olivo perdido”<sup>620</sup>, “El skrei noruego está de aniversario”<sup>621</sup>, o la serie sobre los transgénicos en dos entregas<sup>622</sup>, texto que combina información-polémica-entretenimiento, o, “Ajos y cebollas, mucho más que condimentos”<sup>623</sup>, quizás el ejemplo más claro de esa conexión que conduce al tipo de trabajos presentados o insertos en las revistas especializadas en gastronomía para todos los públicos; esto es para aficionados y expertos de distinto pelaje con un denominador común el interés por la gastronomía -desde cocineros a periodistas, investigadores, escritores, comunicadores, *foodies*, gourmets...-

También presta más atención en cuanto al formato entrevista<sup>624</sup> se refiere, la perfecciona y mima ofreciendo un auténtico recorrido por la historia del entrevistado para llegar a la actualidad de su vida y/o importancia sobre su labor, con lo que se aleja del enfoque practicado en el pasado en el que se centraba en zonas y producto. Es decir, ahora sí es una entrevista conforme a los parámetros que exige el periodismo profesional. La fotografía durante los próximos años sigue idéntica característica, o lo que es lo mismo, se aleja del testimonio o carácter informativo de piezas, máquinas y productos expuestos sin más, para acercarse al lado artístico y bello de situaciones y alimentos. Es decir, se torna artística, pensada más allá del accesorio, se convierte en complemento.

---

<sup>620</sup> Revista *Cocina Futuro*, número 61, enero-febrero de 2006, pp. 64-67. Como vemos el cambio se percibe desde principios de año, siendo los meses posteriores más acuciado.

<sup>621</sup> Revista *Cocina Futuro*, número 62, marzo de 2006, pp. 30-32.

<sup>622</sup> Números 63 y 64.

<sup>623</sup> Revista *Cocina Futuro*, número 65, junio de 2006, pp. 82-88.

<sup>624</sup> Como ocurre por ejemplo en el texto correspondiente a la entrevista realizada a los fundadores de la Editorial Dièresis. Revista *Cocina Futuro*, número 62, marzo de 2006, pp. 36-38. O la realizada el mes siguiente al sociólogo y escritor Lorenzo Díaz (número 63 de la revista, pp. 24-26).

En 2007 la periodista y experta en vinos Paz Ivison, habitual de *Club de Gourmets*, donde ejerció hasta este mismo año como subdirectora de la revista, pasa a formar parte de la publicación en calidad de asesora editorial.

En general, el consejo editorial se amplía considerablemente y, aunque no todos van a colaborar en todos los ejemplares, los más habituales en este periodo serán: la Dra. Montserrat Pujolá (Asesora de Tecnología Alimentaria); Manuel Maldonado (Asesor de Derivados de Ibérico); Fernando Abadía (Asesor de Maquinaria y Métodos de Producción); Kiko Vázquez Freire (Asesor Técnico de Bodegas); Rafael Mena (Asesor de Vacío); Lina Zendrera (Asesora editorial); Eduardo Martín (Asesor bibliográfico); Joaquín Felipe (Asesor Gastronómico); y, Alberto Fernández Bombín, Asesor Vitivinícola).

De la portada desaparece el tradicional subtítulo que indicaba los destinatarios. *Cocina Futuro*, cómoda y asentada, saldrá cada mes con las siglas CF como reclamo y como vía a la separación de la sociedad, cuyo litigio precipitó la decisión de las siglas de la cabecera<sup>625</sup>. Por fin, los responsables de la publicación comprenden o enfrentan con valentía el paso cualitativo que les ha llevado de ser una publicación de corte y aplicación técnica hacia un producto periodístico completo y complejo. Es evidente que la revista contempla los asuntos que se aglutinan en el resto de publicaciones que difieren unas de otras por sus predilecciones sobre unos temas determinados, el impacto de sus colaboradores y el estilo de sus respectivos textos de fondo tales como reportajes, artículos de investigación y producto y espacios para la opinión. El resto: actualidad, recomendaciones, recetas, tendencias enológicas y/o gastronómicas, reportaje sobre chefs y sus cocinas, y, publicidad, compartirán siempre zonas comunes que no merecen mayor atención que todo aquello que se esconde en la novedad.

La revista, que tiene un precio de 7 € y se vuelca con la combinación de ilustraciones y fotografías como he señalado, continúa todavía pecando de algunos defectos como los de la firma de bastantes textos que forman parte de las páginas de actualidad y de algunos reportajes sobre locales y cocinas. Además de los textos de perfil

---

<sup>625</sup> La sociedad original formado por Gaspar Rey y Carlos Maier se diluye y como consecuencia se sustituye "Cocina Futuro" por "CF".





Varias de las portadas realizadas por Jacobo Gavira durante su etapa como director de arte e ilustrador de la revista (el chef es Mario Sandoval).

formativo-teórico-práctico y promocional propios del ámbito temático que aborda, (tales como los que versan sobre el aceite y el pan, temáticas que desde el año anterior han venido ganando terreno; o la cocina al vacío explotada al máximo ejemplar tras ejemplar desde su fundación prácticamente, ligada sin duda a la propia promoción de la técnica y sus empresas implicadas; y los textos habituales de Hervé This sobre la cocina molecular), por la revista y en lo que a textos divulgativos aptos para todos los públicos se refiere, cabe señalar que son las páginas que la revista aglutina bajo “Magazine” las que facilitan el paso del sector profesional a un público destinatario más amplio. “Arroz y Arena”<sup>626</sup>, “Legumbres en verano”<sup>627</sup>, “Sevilla reinventa los quesos artesanos”<sup>628</sup>, “Colores con sabor”<sup>629</sup>, etc.; espacio en el que también se cuelan contenidos traídos de la mano de marcas/empresas alejándose, en teoría, de cierta independencia periodística sobre los mismos ya que no es lo mismo

<sup>626</sup> Revista *Cocina Futuro*, número 76, julio-agosto de 2007, pp. 42-53. Texto acompañado de recetas de Elías Murciano, Joaquín Felipe, Fernando P. Arellano, Chema de Isidro y Quique Dacosta.

<sup>627</sup> Ibid., pp. 60-61, con recetas sin atribución específica.

<sup>628</sup> Ibid., pp. 84-87.

<sup>629</sup> Ibid., pp. 82-83.



lanzar la propuesta con o sin marcas concretas implicadas. En cualquier caso, y a favor de la publicación, hay que señalar que en ningún caso se trata de camuflar o disimular este hecho. Sinceramente creo que responde a la necesidad de ofrecer un ejemplo sobre las posibilidades de productos –si bien es cierto que de productos concretos, específicamente mencionados-, lo que puede entenderse como promoción o sencillamente como colaboración. Aunque, al fin y al cabo, será el lector/cliente quien decida con qué marca componer su propuesta.

Esta es una práctica habitual entre ambos mundos: cocina y marcas. Menciono un caso concreto, el caso de “Gastronomía en clave de humor”<sup>630</sup> con recetas de Eneko Antxa para Noruega, publicado en el número 76 de este año 2007 en el que, por lo demás, la revista se vuelca especialmente con el pan de calidad además de reclamar atención al colectivo celiaco, y anunciar, con la publicación del ejemplar número 78, una nueva sección dedicada al vino que conducirá Yolanda Bravo.

Otros textos que aparecen durante este año y que tienen características similares, reclamo para otros paladares que no sean exclusivamente profesionales, son: “Un homenaje de doble filo”<sup>631</sup> firmado por Philippe Regol; o “Los sabores del pan”<sup>632</sup> de Xavier Puig.

A lo anterior hay que sumar la serie de recetas en las que, a partir de ahora, cobra mayor protagonismo la imagen humana a las mismas vinculadas, es decir, cobra relevancia su autor, que aunque siempre ha estado presente, ahora adopta el estilo que vienen aplicando otras revistas gastronómicas: un estilo personalista.

Este año entre las páginas que cierran la revista se incluyen publrreportajes de motor.

Durante los próximos meses el modelo de publicación se reproduce y aparecen nuevos y familiares nombres que colaboran en la redacción; Fernando Huidobro, Juan Gregal, Philippe Regol, Emma Suerio o Antoni Campis serán algunos de ellos.

---

<sup>630</sup> Revista *Cocina Futuro*, número 76, julio-agosto 2007, pp. 70-73.

<sup>631</sup> Revista *Cocina Futuro*, número 77, septiembre 2007, pp. 28-30.

<sup>632</sup> Ibid., 64-68, con recetas como remate final.

“Gastrobotánica” y “Un cocinero un producto”, son secciones que reaparecen, y se introduce una sección nueva que no sorprende por cuanta atención ha venido prestando la publicación a este producto, sin duda, de moda: “Cuadratura del pan”, donde se explican productos y técnicas, y donde su enfoque es principalmente la del texto destinado al profesional.

Sin duda el arte vinculado a la gastronomía, tan presente a través de cada una de las portadas y los múltiples detalles de diseño interior, comienza a aparecer igualmente en las elaboraciones de los menús de chefs y en los titulares de los articulistas. La polémica desatada por Adrià en Kassel ha abierto un filón monotemático, ya sea con la cocina o con las letras, o con ambas a un mismo tiempo. El número 86 de julio-agosto de 2007 está dedicado prácticamente por entero al atún (textos y recetas de un producto que se ha venido introduciendo y que ya es una nueva moda en las cartas del periodo). En noviembre de 2008 el protagonista será Luis Andoni Aduriz, y en diciembre un jovencísimo y pujante David Muñoz. La revista anuncia este año fichas de cata, “El taller de Igone” de Igone Marrodán, e introduce en el lomo el lema universal, “es cultura gastronómica”. Tras nueve años de andadura la publicación cuenta con el respeto y la fidelidad de cocineros (para muchos se había convertido en su publicación de referencia<sup>633</sup>) y lectores. Seria, profesional, divertida, ilustrativa... Y sin pelos en la lengua, *Cocina Futuro* es un producto completamente alternativo que pivota alrededor del resto de publicaciones gastronómicas, combinando actualidad con temas de interés propios para el profesional pero también para el simple comensal.

La clasificación de *Cocina Futuro* es compleja en estos momentos en los que encaja o cobra sentido para ambos públicos. Diluye la línea que los separa. Qué hay detrás de las guías gastronómicas, de la margarina o de la trazabilidad, los aditivos, los micronutrientes, la tecnología, la ciencia en la cocina (clásico de la revista), la incesante búsqueda de la vajilla perfecta, adaptada a cada plato o elaboración; y la crisis y sus efectos en el restaurante y en la alimentación en general de los españoles, de los niños, de los ancianos, por ejemplo. Su número cien, dedicado por entero al hombre que revolucionó la cocina del siglo XX, cierra 2009, año en el que se encarga a Cromática

---

<sup>633</sup> Entrevista realizada por la autora a Jacobo Gavira, director de arte de la publicación en diciembre de 2015.

Comunicación Visual la realización y maquetación de la revista que se hace cargo de la misma a partir de septiembre de este año. El próximo, la revista reducirá su tamaño a partir del número 104 del mes de mayo. De 29,6 cm de largo por 21'1 de ancho, pasa a medir 26,6 por 21, algo más ligera, manejable y de venta en quioscos al precio de 7 €, mantiene por lo demás estilo, firmas colaboradoras y media en el número de páginas.

### **3.2.8.13.5 Recta final del proyecto. Algo más que un adiós editorial**

2011 será un año para el recuerdo en el mundo editorial de la revista gastronómica. Será el año en el que tras el camino recorrido en *Cocina Futuro* para llegar a su transformación; además de los grandes cambios internos y externos que se producirán una vez más para adecuarse a las demandas del público y la competencia del mercado editorial; además de que en general el sector periodístico está experimentando despidos y cierres; además de la lógica incertidumbre profesional de nuestro colectivo periodístico y del cada vez menos incierto y más probable futuro digital; además de todo ello, *Cocina Futuro* dirá adiós al que durante toda la etapa anterior hasta el mes de abril de este mismo año fuera su director, Gaspar Rey.

Un fatídico mes de mayo anuncia la muerte de Gaspar Rey acaecida el 14 de abril. El editorial, como no puede ser de otro modo, recoge la noticia y muestra su sentir.

**¡Victoria o muerte!**

**¡Venceremos!**

El pasado 14 de abril Gaspar Rey subió a un autobús en plena Gran Vía para dirigirse a su trabajo, cargado con el aceite de una proveedora que acababa de conocer en el Ampurdà, un ordenador, la grabadora, sus cuadernos, una decena de chapas de cava que coleccionaba para su amigo Eduard, sus amuletos, un par de libros y unas pocas cosas más. No llegó. Le perdimos en apenas unos segundos, los que tardó una descarga sanguínea mortal en descerrajar su enorme corazón.

Pudo morir hace muchos años, saliendo de Aman con lo puesto en 1969, en uno de los conflictos más sangrientos que se han vivido en esa ciudad jordana, o combatiendo del lado de los kurdos, o en la época en la que gestionó una mina de oro en Guinea, o entrando en

Eritrea, o en una reyerta entre yakuzas en el barrio más infecto de Tokio, o en ese pub australiano o en donde hubo un tiroteo y no quedó vivo ni el apuntador, sólo él...

Pero no, el destino quería que regresara España en los 90 y que, tras varios proyectos que no acaban de culminar, conociera, gracias a su gran amigo Álvaro Gil Robles y a su esposa, Mariana, a Leopold André, editor de la publicación francesa *Cuisine Collective* que buscaba a alguien para dirigir esta revista en España.

Desde septiembre de 1999, Gaspar se embarcó en una nueva aventura llamada **Cocina Futuro**, no descansó ni dejó de luchar un solo día, mantuvo su integridad personal y profesional granjeándose cientos de sinceras amistades y algún que otro enemigo. Y de repente, se ha ido. Más bien le han obligado a irse, porque sabemos que nunca jamás hubiera abandonado voluntariamente su querida revista.

Durante casi 12 años, por las páginas de **Cocina Futuro** han desfilado cientos de historias gastronómicas de cocineros, de productores, de tecnología y de otras muchas disciplinas que Rey creía necesario divulgar. Recorrió miles de kilómetros para asistir a los eventos y congresos a los que era convocado, conocer a los productores más comprometidos y apoyar a todos los cocineros honrados que se cruzaban en su camino.

Sólo había dos o tres temas que le sacaban de quicio: los Borbones, la Iglesia y los abusos de poder, situaciones en las que se transformaba en un auténtico volcán en erupción siendo capaz de blasfemar y de aplastar al enemigo en milésimas de segundo con una interminable sarta de insultos, siempre en catalán, su lengua materna.

Todavía no somos conscientes de que se ha ido. El despacho está arrasado, hay huellas de él por todos los rincones. Pero sabemos que no es hora de llorar ni de lamentarse, que su proyecto ahora debe continuar, como si él siguiera entre nosotros, porque de hecho él sigue aquí, dentro de esas 100 páginas que tanto nos ha costado cerrar este mes.

**Cocina Futuro** quiere rendirle un homenaje al Rey que rabió y quiso hasta el infinito recuperando uno de sus relatos, el que publicamos hace dos años, en donde firmaba como Mare Manyà, y editando su último viaje –a Barcelona y a Llançà- para conocer el trabajo de un gran cocinero: Paco Pérez.

El título de este editorial era una de sus frases favoritas. Dejadme que lo cierre de esa misma manera, plantando cara, sabiendo que el combate está esperando a la vuelta de la esquina y prometiendo a todos los que nos apoyan que seguiremos luchando por esta revista porque es lo que Gaspar mejor nos enseñó a hacer.

Estés donde estés, fedayin, ¡ten buena proa y que los vientos te sean favorables!

**Cocina Futuro**, número 114, abril de 2011.

Este 2011 que se inaugura todavía sin conocer la que sería pérdida personal del director, la revista comienza el año con optimismo y remodelación. Un rotundo cambio de diseño en el que ahora prima la imagen fotográfica por encima de la ilustración. Santos Bregaña y Julen Cano (Atalier Laia) son los nuevos directores de arte. Su estilo acompañará a la publicación en lo que será su recta final, produciéndose además un importante cambio en la tipografía de la revista un poco más tarde, exactamente en el número 128 correspondiente al número doble de enero-febrero de 2013.



Gaspar Rey, fundador y director de la revista desde 1999.  
Imagen Cocina Futuro, número 114, mayo de 2011.

El editorial del mes de febrero de 2011, alude a estos cambios, “Hemos cambiado de lado la raya de nuestro peinado, hemos mudado la piel, y aquí tienen el resultado”, y al efecto dominó que la burbuja inmobiliaria ha hecho llegar hasta el sector gastronómico. Todos mueven ficha, y el sector de las publicaciones periódicas también. Pero el editorial de *Cocina Futuro* lejos de lamentos está escrito desde el optimismo y las nuevas oportunidades que la crisis puede, paradójicamente, precipitar.

Lo renovación afecta tanto a la imagen como a la maquetación interna o distribución entre elementos textuales e icónicos de la revista. El deseado eslogan, hecho

propio pero compartido en mayor o menor medida con otras publicaciones en parte de sus contenidos, “cultura gastronómica”, quedará impreso en el lomo de la publicación hasta el mismo instante de su desaparición en diciembre de 2015. Cada mes a partir de este número y hasta ese fatídico 2015, una única fotografía servirá para presentar cada

nuevo ejemplar. José Luis López de Zubiria, Atalier Laia, Mario Bregaña, son los artífices de los diez números que completan el año 2011.

Cambios también en la arquitectura editorial de la publicación. La misma alternará las siguientes secciones: "Editorial" y "Actualidad", ambos fijos, e "Historias de Cocineros", "Algadicción", "Mundo Verde", "De vinos" (otras veces, "De licores"), "De viajes", "Cocinando con..." (producto o cocinero), "Gastronomía Molecular", y, hacia final del año las series "Arte y Gastronomía" (vinculaciones, curiosidades y cuadros protagonistas) o "Estética" (en relación con los elementos de la mesa, menaje y porcelana, ámbitos en los que ha trabajado Ataleir Laia). En algunos números se incluye una página de opinión (habitualmente firmado por Santos Bregaña), al margen del editorial.

Bajo los epígrafes anteriores, la revista aglutina contenidos que por lo demás cuentan con la aportación de importantes marcas, bien como anunciantes, bien como objeto protagonista. Los mismos traslucen el espíritu de la publicación que oscila entre el reconocimiento y bienvenida de innovaciones y nuevos conceptos de cocina con la reivindicación de todo lo bueno de antaño. Dos visiones en armonía que apuestan sencillamente por lo mejor, independientemente de la tenencia o estilo del cual proceda. Sin embargo esta remodelación implica su reducción. Ahora serán textos, directos, alejados completamente de la complejidad profesional, escritos para entretener, informar y recomendar, que ocupan de una o dos hojas, la fórmula más habitual, y con grandes márgenes, acompañados de páginas completas copadas por imágenes. La reducción textual es manifiesta.

También abundan los anuncios de nuevos lanzamientos que propician la inclusión de recetas de locales y restaurantes singulares, que al tiempo que destacan el producto, se diferencian o desmarcan con sus propuestas o interpretaciones y que llaman igualmente la atención. Como norma general es en la sección de actualidad donde abundan los textos referidos a marcas, establecimientos, citas o eventos, donde sin firma alguna, al acabar de leer el texto se remite a una dirección de contacto (URL o teléfono y dirección postal).

El consejo editorial durante este periodo está formado por nombres ya conocidos y alguna nueva incorporación. El detalle en el área especificada demuestra la evolución y el perfeccionamiento de la revista que sigue sin perder de vista, a pesar de suprimirlo como principal destinatario, al sector profesional de hostelería y restauración. De tal modo que durante 2011 lo integran: Kiko Vázquez Freir (Asesor Técnico de Bodegas); Gonzalo Páez (Asesor Legal); Lina Zendrer (Asesora Editorial); Alberto Fernández Bombín (Asesor Vitivinícola); Rosa Tovar (Asesora de Producto); Davide Cassi (Asesor de Tecnología de la Alimentación); Josep Pàmies (Asesor Botánico); Abraham Maciñeiras (Asesor Contenidos); Joaquín Felipe (Asesor Gastronómico); Jonathan Gilboy (Asesor Suministros de Hostelería); Carlos Núñez (Asesor Tecnología Culinaria); Javier Molto (Asesor Motor); y, Anders y Andrea Vinding (Asesores vitivinícolas). Como en ocasiones anteriores es frecuente que en función de los temas publicados en cada ejemplar, en el staff editorial figuren aquellos que han participado de facto.



Porta de diciembre de 2011, una potente y singular imagen fotográfica y, en general, el diseño visual por encima del texto se apoderan de la revista. La publicación, en buena parte, continúa siendo única.

En la revista participan colaboradores en un apartado genérico que consta junto a resto de datos editoriales, de tal modo que a no ser que el lector identifique claramente la función de cada uno, resulta imposible reconocer la autoría de muchos de los textos dado que continúa manteniendo esta dinámica.

Salvo la autoría sobre recetas, los pies de foto, y los textos explícitos de Rosa Tovar (historia de los alimentos), Herve Thís (ciencia y cocina), y, las series “Algadicción”



firmada por Rosa María Mirás, “Mundo Verde” de Josep Pámies, “De vinos” (Anders y Andrea Vinding Diers) que se mantienen con periodicidad constante durante todo el año, el resto hemos de deducir están elaborados desde la redacción.

Además de los nombres de colaboradores más o menos frecuentes (Santiago Orts, Lourdes Buesa, María Forcada, Pepe Barrena, etc.), publican en este periodo y entre otras firmas explícitas: Montse Estruch<sup>634</sup>, Tayo Acuña<sup>635</sup>, Alez Rodríguez<sup>636</sup>, la propia Daniela Cenís<sup>637</sup>, Rafael Pérez Castells<sup>638</sup>, Josep Vilella<sup>639</sup>, Agustín Peraita Urain<sup>640</sup>, Emma Suerio<sup>641</sup>, Alberto Granados<sup>642</sup> y Juan Fernández-Cuesta<sup>643</sup>.

Los chefs objeto de reportajes (sin firmar) son durante 2011: Marcelo Tejedor, Moha Feda, Paco Pérez, Carlos Núñez, Francis Paniego. Los propios cocineros firman tras el reportajes unos breves textos en los que hablan de sus equipos, o describen o explican claves de sus cocinas.

La revista hace tiempo que viene subrayando la importancia de la receta, de forma visual y como parte indisoluble de la publicación. Las mismas formarán parte en

---

<sup>634</sup> Revista *Cocina Futuro*, número 111, febrero de 2011. La chef firma el texto y recetas bajo el titular “De platos y momentos que los inspiran”, pp. 54-61.

<sup>635</sup> Revista *Cocina Futuro*, número 112, marzo de 2011. “La española”, pp. 28-31.

<sup>636</sup> Revista *Cocina Futuro*, número 113, abril de 2011, especial albóndigas. “Radiografía de los escolares en España”, pp. 80-86.

<sup>637</sup> Además de la labor de dirección y autoría sobre editoriales, Daniela Cenís aparece en varias fotografías que acompañan textos que aún sin firmar señalan su autoría. No obstante, firma explícitamente este año, el texto titulado “El último viaje de Gaspar Rey” en el número 114 del mes de mayo de 2011, pp. 46-47.

<sup>638</sup> Revista *Cocina Futuro*, número 116, julio-agosto de 2011. “Sakura o la flor del cerezo japonés”, pp. 52-56.

<sup>639</sup> Revista *Cocina Futuro*, número 117, septiembre de 2011. “Collections, más allá de la naturaleza, algo más que arte”, pp. 56-59.

<sup>640</sup> Revista *Cocina Futuro*, número 118, octubre de 2011. “La dama del bosque que huye del frío”, pp. 42-48.

<sup>641</sup> Revista *Cocina Futuro*, número 119, noviembre de 2011. “Medio siglo en Casa Solla”, pp. 48-49. Y en el número 120 del mes de diciembre, “El lugar”, p. 27.

<sup>642</sup> Ibid., “Noruega, un país por descubrir”, pp. 68-75.

<sup>643</sup> Revista *Cocina Futuro*, número 120, diciembre de 2011. “Los vinos de Madrid a escena”, p. 28.

general de los contenidos que acompañan las secciones “Historias de Cocineros” y “Cocinando con ...”.

Ese verbo libre en el que se instala la revista aflora tanto en los editoriales como en los trabajos que profundizan en el producto, en alimentos que son pilares de las cocinas nacionales y sobre las que aconseja y defiende. Buen producto, buena despensa, buena cocina, bien podría ser la trilogía más frecuente de cada editorial, junto al reclamo de enseñanza y formación.

Durante estos años inmediatamente anteriores y los que seguirán los temas a los que ha prestado especial atención la revista, la distancian del resto dado que la selección, a pesar de tener coincidencias, son presentados con absoluta independencia o singularidad. Los cocineros son aquí más protagonistas que nunca; la selección es muy precisa y conforme a un estilo de ser. Sobre los mismos se ofrece un perfil de la persona que brilla casi por encima del trabajo. Los productos son analizados desde su perspectiva histórica, aspecto que todas las demás cabeceras hace tiempo han dejado de lado. El vino es prácticamente anecdótico. La receta es escueta, directa y su presentación posee también rasgos propios que la distancian con respecto a posibles comparaciones. La apuesta por los tonos pasteles, el blanco y negro, los desenfoques, el aislamiento y/o la reunión de productos en una sola página van a ser ahora señas de identidad.

El número del mes de junio de 2011 recoge en portada (mediante la imagen del producto) y en el editorial (mediante texto alusivo) la crisis del pepino. Y no es hasta el número 117 del mes de septiembre cuando a la estética de las porcelanas narradas por Santos Bregaña, se une otra forma de expresión estético-artística, como es la pintura y su relación con la alimentación. Roberta Razzano y Rosario B. Pérez firman este capítulo entre arte y gastronomía en varios números del 2011.

A partir del mes de mayo de 2012 y al precio de 7 euros, la revista apuesta por la periodicidad bimensual, que finalmente dejará en su tramo final dos ejemplares por año, es decir, con periodicidad semestral a partir del mes de mayo. Durante ese 2012 algunas de las secciones se sustituyen o suprimen. Es el caso de los desaparecidos “Algadicción” o “Mundo Verde” por “Gastrobotánica” e “Historias Sostenibles”, que evidencian la

tendencia de conceptos y términos divulgados por algunos periodistas que les dan forma en primer lugar; también por gabinetes y agencias de comunicación al lanzar campañas en relación con las nuevas propuestas e innovaciones gastroculinarias o en torno a la enología y la alimentación.

En cuanto a incorporaciones es “La mirada de...”, la sección o serie más bien, que se mantiene hasta el número 125, y que está centrada en la fotografía y sus destacados profesionales lo más novedoso del periodo. Por la misma, pasean los trabajos, experiencias, trayectorias y opiniones de José Luis López de Zubiría, Tayo Acuña, Pepe Ferrer, Francesc Guillaumet y Ángel Becerril.

Fuera ya del periodo que delimita aquí el objeto de estudio, 2013 supondrá un cambio radical de tipografía –rescatada por Santos Bregaña y nombrada Lamia, con ella



Santos Bregaña introduce grandes cambios como el tipográfico en la etapa final de la revista. Fotografía de portada José Luis López de Zubiría. Silueta, brazo y tenedor de Edorta Lamo (A fuego negro).

aflora el trabajo de José Francisco de Iturzaeta Eizaguirre- que aparece con el número 128, en el que todavía se mantiene el precio. Al mes siguiente la revista incrementará su precio hasta alcanzar los 10 euros por ejemplar.

La tipografía escogida con el que la revista se lava la cara es de una belleza incuestionable, pero desde mi punto de vista desacertada pues algunas de las letras interrumpen la lectura de la publicación que como sabemos ha de ser fluida al margen de temáticas. Los tipos de Lamia no facilitan la tarea al lector que frena en seco para descifrar entre algunas consonantes y vocales muy concretas.

La apuesta por la imagen fotográfica en blanco y negro para cada una de las portadas; la bimensualidad a excepción de los meses de noviembre y diciembre con un ejemplar propio para cada uno de estos dos meses; la supresión del ejemplar correspondiente al que hubiera sido el número de septiembre-octubre, junto con el replanteamiento y nuevo nombre de secciones, a las que se suma de nuevo la tecnología alimentaria -tan presente en los sumarios de antaño- son los principales cambios.

En 2014 la publicación edita dos únicos ejemplares, apostando así por la periodicidad semestral en un intento de mantener la publicación en tiempos complejos, de bajo consumo periodístico en general.

Llegado diciembre de 2015, con el segundo ejemplar publicado durante ese año, *Cocina Futuro* nos dice adiós. Puede que ese adiós sea un hasta pronto pues en la intención de su directora se mantienen vivas fuerza e ilusión. En su último editorial, Daniela Cenís, daba cuenta de ese nuevo número que representa al tiempo la interrupción de la revista<sup>644</sup>. Su desaparición.

### **Torres de Babel**

El escultor catalán Jaume Plensa crea personajes sentados que se abrazan, y les da forma con letras de ocho alfabetos. Esa piel que les recubre, ese ADN infinito en donde todos caben y están presentes, es una lección de amor y de esperanza. Plensa es un escultor que construye poesía con alabastro, polvo de mármol y pigmentos, varillas de aluminio, hierro colado o cobre. Por encima de todo, cree en el ser humano, por eso sus criaturas tienen alma.

Sus obras en lugares públicos son espacios en los que el ciudadano puede tocar, sentir y emocionarse. La Crown Fountain de Chicago –inaugurada hace 10 años- o Dream, esa cabeza de niña de 9 años y de 20 metros de altura que homenajea al pueblo minero de Sutton Manors a pocos kilómetros de Liverpool, son solo dos ejemplos de este excepcional artista que ha logrado que su obra conecte a niveles indescriptibles con la gente y con el entorno.

Encuentro muchas sintonías entre la filosofía que marca la vida de este artista que defiende desde hace 30 años una misma idea –que la diversidad no nos separa sino que nos une- y la de muchos cocineros con los que coincidí en mi día a día.

---

<sup>644</sup> Número 134 y 135 de la revista publicados durante los meses de junio y diciembre, respectivamente. Con el número 135 la revista soporte papel baja el telón. En conversación telefónica con Daniela Cenís, la misma confirmó a esta investigadora la intención de retomar el proyecto en un futuro no muy lejano. El tiempo dirá si podremos volver a disfrutar de estas páginas. Ojalá que así sea pues la desaparición de un medio es una triste noticia que afecta a todos, gremio y sociedad. La pluralidad, la variedad es un síntoma de país vivo, enérgico y democrático.

Me siento cómoda en las cocinas, ha sido siempre así. Por mil razones, en las cocinas cabemos todos, las discusiones tienen un punto de inicio y otro de final, los olores arrinconan las intolerancias, los sabores ablandan corazones, traen recuerdos que se habían quedado demasiado atrás. Probar esa salsa o el punto de ese fondo hace que nos paremos de repente y entendamos que el nuestro quizás no es el único punto de vista valioso. En las cocinas los pensamientos únicos mueren aplastados por la evidencia clara de que no somos nadie sin el resto.

Las cocinas que frecuento están llenas de sudamericanos, orientales, europeos y nórdicos que no pueden ser más diferentes y a la vez estar más unidos. Aquí los lenguajes y las palabras sobran. Basta con compartir, basta con formar equipo y sentir que eres parte de ese equipo.

Durante 14 años hemos compartido cientos de historias que se podían haber escrito en mil idiomas, pero que solo se pueden entender desde el corazón. Este número de **Cocina Futuro** huele a fados y a saudade portuguesa, sabe a vientos indómitos mexicanos y argentinos, viaja en el tiempo para conocer la evolución del ser humano a través de una cadera de mujer y transmite las ganas de 18 cocineros vascos que han querido acercarse al arte contemporáneo y ofrecer su particular homenaje.

Gracias a Plensa comprendo que no es un número más -no tiene sentido sin los 134 anteriores- y que aunque llega tarde este año, llega.

Feliz viaje.

Con este editorial desaparece la publicación de papel que deja sin embargo abierta su web. Como se ha señalado con anterioridad, hasta hoy<sup>645</sup> dicho portal permanece vivo pero sin actualizar.

---

<sup>645</sup> Última consulta realizada en febrero de 2016.

### 3.2.8.14 *Gastronautas*

*Gastronautas* nace llena de optimismo en abril de 2012. Y 2012 es el año que marca el final de esta investigación.

Cada mes<sup>646</sup>, al precio de 4,50 €, esta revista, la revista del turista gastronómico,



Número 1 de la revista *Gastronautas*. La revista del turista gastronómico. Abril de 2012.

recorre los temas de interés y de actualidad para un público interesado en la gastronomía de manera general pero sobre todo aficionado a viajar en pos de la mejor cocina. La unión de gastronomía y turismo no es nueva pero la fórmula puesta en marcha por su Director General, Kiko Pérez de la Ossa, presta especial atención a la combinación de ambos sectores a través de propuestas que atienden a las regiones, sus productos y cocinas auténticas que han sabido incorporar sin desvirtuar su esencia las punteras tendencias gastronómicas.

El equilibrio entre contenidos es la nota característica de la publicación de ámbito nacional. Al estilo de las fundacionales revistas especializadas en gastronomía, añade en sus contenidos, distancia y respeto sobre la materia abordada, y, un tono

<sup>646</sup> La revista nace con carácter prácticamente mensual, y anuncia diez números al año. Sin embargo, al menos durante el periodo analizado aquí presenta cierta irregularidad. Se han analizado los números editados en 2012 y del 9 al 12 de 2013, con la intención de ofrecer no sólo las características de la publicación en su primer año de nacimiento sino aportar cierta visión de conjunto y progresión sobre el proyecto a pesar de que la presente investigación finaliza su estudio en el año 2012.



reposado y tranquilo que proporciona la escritura de figuras veteranas. Su carácter de utilidad o su sentido práctico, si se prefiere, es sin duda otro rasgo diferenciador.



Imagen característica de los reportajes que sobre propuestas gastronómicas desarrollarán los colaboradores de la revista. En este caso, la cerveza como excusa para emprender un viaje inolvidable. Revista *Gastronautas*.

*Gastronautas* ofrece un punto intermedio entre las revistas de alta gama volcadas con lo más espectacular de cocinas, bebidas y turismos, porque, sin perder de vista las tendencias, ofrece, destaca y sugiere aquellos restaurantes, locales, rutas o vinos, que también merecen atención y que escapan de la mecánica de promoción que orquestan aparatos de comunicación para locales y restaurantes. Lugares, nacionales y extranjeros, y personajes famosos por su papel, por la calidad de sus cocinas o productos, también por buena dirección, por su buen hacer de manera constante. En este sentido la revista lanza el mensaje o trabaja sobre la idea de la gastronomía que nos rodea, y no sólo de aquella que por brillar y estar solicitada, se representa como *fashion*, glamurosa y/o inaccesible.

En este sentido, y reconociendo y contemplando lo mejor de estos restaurantes y sus brillantes cocineros, de los que también se ocupa pero en menor medida, la publicación propone contenidos de los que pueden disfrutar todos los públicos; y en esa



misma línea trabajan las firmas destacadas de la publicación que aúnan esfuerzo por el lado divulgativo, explicativo e innovador, así como poniendo un poco de sentido común sobre algunas propuestas que no responden sino a cuestiones de moda. Las portadas en sí mismas lanzan este mensaje al destacar personas, festividades, destinos turísticos, personajes famosos en actitudes cotidianas, productos determinados o platos llamativos o característicos por una u otra razón (temporalidad, calendario...).



Al igual que el resto de publicaciones, el producto y el reportaje son, junto a la figura del cocinero y el restaurante, el alma máter de la revista especializada en gastronomía. Imagen, Revista *Gastronautas*.

La publicación nace con la firme propuesta de ofrecer lectura y viajes, “con la vocación de ser el GPS al sinfín de sabores que esconde España”<sup>647</sup> como explica su primera directora, la periodista Concha Crespo. Cuanta con el apoyo de un Consejo Editorial integrado por Rafael Ansón, Paz Ivison, Luis Cepeda, Ismael Díaz Yubero, Luis Sánchez Bardón, Mariano Palacín y Concha Crespo, además del propio Kiko Pérez de la Ossa.

<sup>647</sup> Revista *Gastronautas*, número 1, abril de 2012. Editorial, p. 4.

La conocida periodista Concha Crespo será la encargada de dirigir el viaje que cada mes la revista propone a la audiencia, a la que proporciona de manera sistemática un destino particular que exprime desde todas sus artistas y sobre la que contempla los característicos estilos de comer (mesas de postín, barras y tapas, parrillas, chiringuitos, etc.). Cada número presta especial atención a una bodega en particular, así como a un producto destacado (alcachofas, tomates, quesos, la uva en la mesa, la carne de buey...). Sin embargo, durante los tres primeros meses de vida, la publicación parece buscar la regularidad en el establecimiento -todavía indefinido- de secciones y contenidos.

*Gastronautas* incluye desde su primer número una serie de firmas destacadas que bien pueden corresponderse a personajes públicos relacionados con la promoción, la calidad y/o el estudio del sector o ámbito gastronómico como Rafael Ansón, quien firma un artículo de opinión en cada número bajo el título “Gastronómadas”; en “Turismo Gastronómico” las firmas se corresponden con los textos reflexivos de responsables de instituciones y organismos turísticos, también de marcas y/o productos que ofrecen experiencia o visión; y por supuesto encuentran hueco firmas destacadas o consumadas del periodismo gastronómico nacional como Paz Ivison, Carlos Maribona o Eva Celada entre muchos otros. Bajo “Muy personal” aparecerán siempre estas firmas destacadas.

“Ruta”, “Mundo”, “Ciudad”, “Festividad” y “Producto” según temporada o calendario, “Noticias” y actualidad completan cada número de *Gastronautas*, que suma un rincón de cata dirigido por Jesús Flores (“La bodeguita de Flores”, espacio propio, y “Cata” del que forman parte Andrea Alonso, Mar Villasante, Kiko Pérez de la Ossa, Anna Vicens, Jimmy Lim, Mariano Barbás y José Rodríguez).

Los destinos que ofrece la publicación durante sus primeros seis meses de vida se centran en Valladolid, Logroño y La Rioja, Marbella y la Costa del Sol, Donostia, y Girona. El número especial del mes de diciembre aglutina una serie de destinos, repartidos por toda la geografía nacional, para disfrutar la noche de fin de año. Cavas, caviar, dulces navideños y una selección de restaurantes donde disfrutar el menú de Navidad cierran este número y el año en que la publicación sale al mercado.

A partir de 2013 *Gastronautas* continúa su bagaje bajo la dirección de Kiko Pérez de la Ossa quien sustituye a Concha Crepo en este puesto de responsabilidad. Concha Crespo, veterana periodista, deja atrás el trabajo de dirección de los tres primeros números de *Gastronautas* pero continúa vinculada a la publicación de la que forma parte en su Consejo Editorial<sup>648</sup>. La llegada del nuevo director en el número 4 del mes de octubre conlleva cierta reorganización y definición del proyecto.



En esa búsqueda del equilibrio la revista intercala entre sus páginas cocinas y figuras tan populares, reconocidas y queridas como por ejemplo, Pepe Solla, restaurador gallego. Revista *Gastronautas*.

Entre los nuevos contenidos aparece ahora la figura del “gastro-embajador”, figura de la alta cocina a la que se entrevista y sobre la que se ofrece la síntesis de lo relevante de su trabajo culinario. La figura del chef también suele aparecer entre estas páginas cada número con la inclusión de una figura de la cocina destacada de la región a la que la revista dedica su propuesta turística principal.

En 2013 (año que queda fuera de esta investigación cuyo objeto de estudio culmina en diciembre de 2012) la publicación reduce el número de páginas: la media de

<sup>648</sup> Entrevista telefónica con el editor de la publicación. Noviembre de 2015.

sus primeros los seis números del segundo año de la publicación, es de 68 páginas incluidas las cubiertas. *Gastronautas* nació rondando las 92 páginas; grosor y contenidos se vieron reducidos durante los primeros tres números para rondar las 80 páginas de media durante 2012. Su andadura continúa<sup>649</sup> y está disponible tanto en papel, formato que continúa siendo la apuesta de la publicación, como en Internet.

---

<sup>649</sup> Así lo asegura en el momento de escribir estas páginas su editor. Entrevista telefónica realizada en noviembre de 2015.

### 3.2.9 Spain Gourmetour, modelo de proyección gastronómica nacional

Con visión certera y apoyo institucional. Para mostrar todo lo que España tenía que ofrecer. Para enseñar la riqueza de los productos nacionales, para divulgarlos, afianzarlos e impulsarlos creando su demanda. Para promocionar nuestro país.

Tomando como inspiración acciones acometidas por otros países por entonces punteros en gastronomía y alimentación, pero sobre todo, conscientes del potencial que se abría en el horizonte a través de la cocina española y no sólo por mediación de su turismo sino también desde el punto de vista de la exportación de productos; realizada ya la revolución de la cocina vasca, y con la publicación gastronómica como soporte para la divulgación, nace de la mano de *Club de Gourmets* la revista en lengua inglesa *Gourmetour Spain*.

La experiencia, absolutamente pionera en España hasta entonces, perseguía la promoción del producto nacional en el exterior. Su primer ejemplar vio la luz en el mes de julio de 1985. Aquellos primeros textos y fotografías procedían de la primera revista dedicada por entero a la gastronomía editada en España tras la apertura política del país. Sería éste un rudimentario ejemplar puesto en marcha por Francisco López Canís, editor jefe de la revista *Club de Gourmets*. Tras varios meses de silencio a pesar de que la revista anunciaba en su primer ejemplar su carácter trimestral, *Gourmetour Spain* retomará su actividad entrado el nuevo año. Con la publicación del que será su número dos, en 1986, se transfiere la responsabilidad o dirección del proyecto a Luis González de Olivares del INFE, Instituto Nacional de Fomento de la Exportación, quien delegará en Cathy Boirac las labores de edición hasta el mismo instante de su desaparición en su versión papel, lo que ocurre en agosto de 2012.

La nueva *Gourmetour Spain* queda así en manos del INFE, Instituto Nacional de Fomento de la Exportación, (situado entonces en el Paseo de la Castellana, número 14, de Madrid). Con diseño actualizado -desarrollado por Artime, Nebot & Capell- la responsabilidad de los contenidos continua sin embargo en manos de *Club de Gourmets*



S.A. en estos primeros años en los que la pequeña revista, corporativa y promocional, se publique únicamente en inglés.

Convertida ahora en *Spain Gourmetour* –se invierten los términos que configuran o dan nombre a la cabecera-, en 1988 el proyecto se amplía con la puesta en marcha de la edición en francés. También con una periodicidad trimestral, *Spain Gourmetour* (Ed. Françasie) estará en el mercado hasta el año 2012. Lo mismo ocurrirá con la edición alemana cuyo origen data de 1989.



Portada del número 4 de *Gourmetour Spain*. La publicación, cuyo primer ejemplar se publicó de la mano de la revista *Club de Gourmets*, está realizada ahora por el Instituto Español de Comercio Exterior.

Cuando más tarde pase por entero a manos del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), los responsables de la revista decidirán sumar, a las ya existentes y veteranas ediciones en inglés, francés y alemán, la edición española. Lo que ocurre en el mes de enero del año 2003.

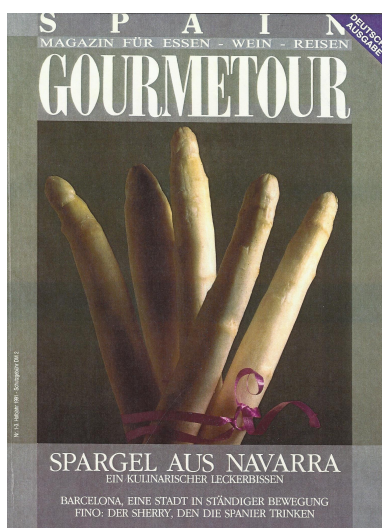
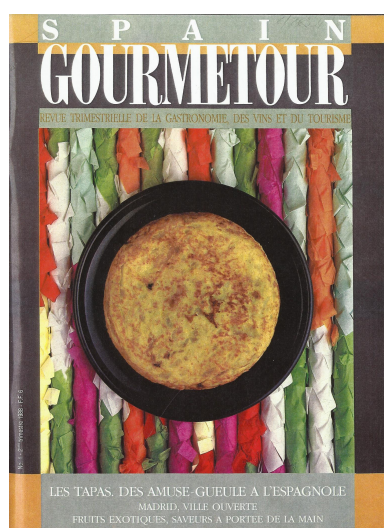
Tras las experiencias en otras lenguas y con una periodicidad cuatrimestral, la recién nacida en su versión española, *Spain Gourmetour*, revista en manos del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), perteneciente a la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo del Ministerio de Economía, se edita por primera vez para su consumo en territorio nacional tras dieciséis años de

andadura en otros idiomas, en enero de 2003. La revista, de una calidad indiscutible, apuesta por un diseño limpio y unos textos tan bien redactados, tan atractivos y

cuidados, como directos en cuanto a exaltación de los mejores productos, embajadores y cocina del país. Su misión queda clara desde el punto de origen del que parte hasta los lugares de distribución oficial, así como a través de sus principales destinatarios, todos implicados de uno u otro modo en la divulgación y construcción del patrimonio gastronómico nacional.

“Spain Gourmetours es una publicación del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), perteneciente a la Secretaria de Estado de Comercio y Turismo, del Ministerio de Economía. Su objetivo es promocionar los alimentos y vinos de España, así como su gastronomía y su cultura. La revista se edita de forma cuatrimestral en cuatro idiomas: inglés, francés, alemán y español. Se distribuye gratuitamente a importadores, distribuidores, periodistas especializados, chefs y escuelas de cocina. [...]”.

*Spain Gourmetour*, nº 1, edición España, p. 140.



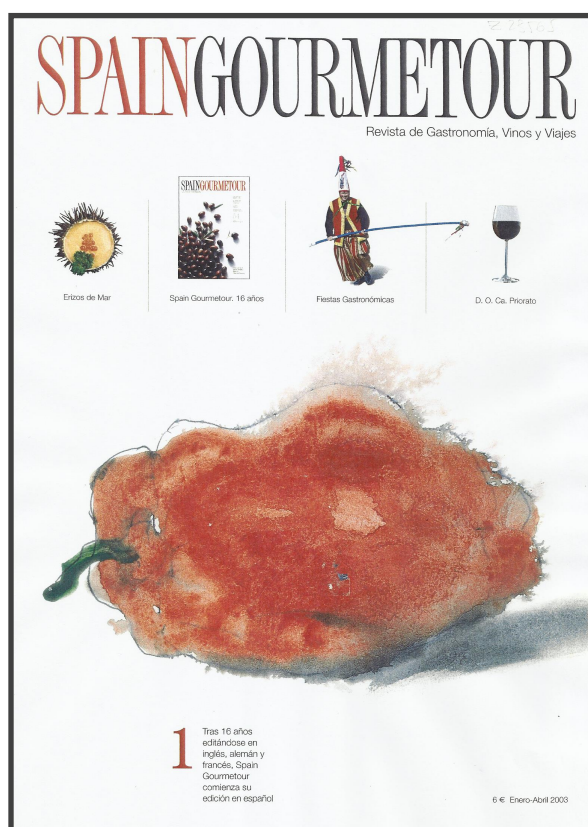
Portadas de la revista en su edición francesa (Nº 1-2, 1988) y alemana (Nº1-3, 1991).

De distribución gratuita mediante suscripción (conforme a una base de datos), valorada en 6 € y subtitulada *Revista de Gastronomía, Vino y Viajes*, la revista constará de 124 páginas más cubierta y trasera, y en ella colaborarán firmas reconocidas del panorama gastroperiodístico nacional. La jefatura de redacción queda desde el mismo número 1 en manos de Cathy Boirac. Asimismo, la publicación cuenta con un equipo de Coordinación Editorial formado por Sonia Ortega, Bettina Krüchken y Carlos Tejero, y Ángela Castilla como Secretaria de Redacción; más tarde se incorpora también la figura



de “periodistas en prácticas” por la que pasan varios estudiantes y profesionales recién licenciados hasta su desaparición en agosto de 2012<sup>650</sup>.

Tanto el diseño como la maquetación (sus dimensiones se mantuvieron inalterables desde su fundación: 29,5 cm de alto por 21 cm de ancho) destacan o sobresalen con respecto al resto de revistas editadas desde organismos oficiales; incluso sobre el resto de publicaciones especializadas en gastronomía, si bien es cierto que el apoyo institucional y empresarial, el potencial y la proyección comercial que suponen estas páginas y la maquinaria interna con las que cuenta *Spain Gourmetour* será algo único. El hecho de que su crecimiento, su demanda, creciera con regularidad un 5%<sup>651</sup> prácticamente cada año hasta su desaparición, demuestran el interés y la calidad buscada por los lectores de la revista.



Portada del primer ejemplar de la revista. Ilustración de portada de Miquel Barceló. Enero-abril de 2003.

Desde su primer ejemplar *Spain Gourmetour* se dedicó “exclusivamente” como recalca uno de sus principales redactores, hoy, Coordinador Editorial del portal Foods From Spain, Rodrigo García Fernández, “a difundir contenidos de elaboración propia sobre alimentos, vinos, gastronomía y sector agroalimentario españoles. Entre sus estos contenidos destacaron especialmente los reportajes sobre productos, empresas, bodegas, turismo gastronómico y la actualidad del sector agroalimentario español”<sup>652</sup>. Pero también se prestó atención “a la trayectoria o biografía profesional de cocineros así

<sup>650</sup> Confirma el dato Rodrigo García Fernández, Coordinador Editorial de *Foods & Wines From Spain* y portal que vino a sustituir a la publicación y redactor de la revista *Spain Gourmetour*. Envío de cuestionario vía mail. Respuesta recibida el 24-03-2015.

<sup>651</sup> Ibid.

<sup>652</sup> Ibid.

como a la descripción de restaurantes y tiendas especializadas en productos españoles tanto en España como en el extranjero”<sup>653</sup>. Noticias, libros, recetas e historia de la alimentación junto a novedades o agenda para el gourmet complementan los contenidos de la publicación.

La frescura, la calidad de las imágenes (con todo a su favor pues la gastronomía como hemos visto a lo largo de este trabajo se presta como complemento gráfico ideal a textos e informaciones, a las que amplía y contextualiza significados y mensajes) y la organización estética interior fueron sin duda un trabajo excepcional. Durante su publicación, la revista, convertida en el mejor ejemplo de la promoción gastronómica nacional, alternará en las portadas imagen fotográfica (realizada por Juan Manuel Sanz, Toya Legido, Manuel Estrada, Fernando Madariaga, Miguel S. Moñita y Lucía M. Diz, Amador Toril) e ilustración (obras de reconocidas artistas nacionales como Miquel Barceló, artífice de la portada número uno, Antonio Tápies, Alfredo, Javier Zabala). Con cada número se publicarán también contenidos de otros reconocidos fotógrafos vinculados a publicaciones gastronómicas como Tayo Acuña o Antonio de Benito, por citar algunos ejemplos.

Manuel Estrada (Diseño y Director de Arte), Chema Bermejo (adaptación de la maqueta) y Javier Belloso fueron los encargados de armonizar los contenidos propuestos cada cuatro meses por el equipo de redacción.

Esta calidad editorial quedó ampliamente reconocida a través de los galardones cosechados hasta casi el instante de su desaparición en papel: Premio Especial de Gastronomía de la Cofradía de la Buena Mesa y Academia Española de Gastronomía 1988; Premio de Prensa de Alimentos de España 1990 otorgado por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino; Premio de Diseño de la AEPD (Asociación Española de Profesionales de Diseño) 1995; Premio “La Gula y Bachiller en Fogones” 1998, del Nuevo Lunes (semanario económico español); Premio Marqués de Busianos de la Academia Española de Gastronomía 2002; Premio Medios de Comunicación “Mejor trabajo periodístico” de Alimentos de España 2006, concedido por el Ministerio de

---

<sup>653</sup> Ibid.

Medio Ambiente y Medio Rural y Marino; y, Gold Ladle in the Best Food Magazine - categoría-, otorgado por Le Cordon Blue en World Food Media Awards en 2010.

Organizada y clara, la estructura inicial se mantiene durante todo el periodo de edición. La única sección que muestra alternancias notables será la de “Empresas”, espacio en el que se da cuenta de algunos de los principales locales, empresas, asociaciones y marcas de productos españoles en el exterior que por su relevancia, novedad o iniciativa son especialmente destacados. Además de los textos propios, reportajes en su inmensa mayoría, la promoción de España y sus productos se ejercerá de manera genérica, bien a través del producto en sí, de sus principales y mejores marcas, de la cocina y/o características del territorio. Y, por supuesto, a través de la publicidad inserta en las páginas de *Spain Gourmetour*, revista editada por el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), perteneciente a la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo del Ministerio de Economía, se ocuparán del resto.

Articulada en torno a grandes bloques (Empresas, A Fondo, Ida y Vuelta, Gastronomía, El Vino, Manjares, Recetas, Última Parada y Punto Final) por las páginas de la revista en lengua extranjera pasarán empresas, empresarios, cocineros y productos para ser catapultados en el exterior. En España su inclusión dentro supondrá el reconocimiento nacional de la figura, marca o producto, con todo lo que ello supondrá en términos de autopromoción y consumo interno. De estos contenidos aproximadamente el 30% proceden o atienden al mundo del vino y el 40% a la cocina o la alimentación, exclusivamente, el resto se repartiría entre informaciones variadas relacionadas con chefs, reseñas literarias y datos y citas de interés, junto a la inserción publicitaria que experimenta su presencia progresivamente. A este respecto el 20% de los ingresos que genera la publicación proceden por la vía de los anunciantes<sup>654</sup>.

En “Empresas” aparecieron textos tan relevantes en cuanto a calidad de productos como significativos en cuanto a construcción de asociaciones de empresarios o productores (como por ejemplo ocurrió con la formación de Grandes Pagos de España).

---

<sup>654</sup> Ibid.

Tanto en “A Fondo” –territorio, productos propios, denominaciones de origen, etc.- como “Majares” –ceñido al producto- y “El vino” –ceñido éste último a su ámbito particular- recogerán reportajes de largo recorrido. En “Ida y Vuelta” se concentrarán todos aquellos destinos o territorios fuertemente ligados a la gastronomía o que toman la gastronomía como guía para adentrarse en ellos y descubrirlos.

Los libros, los últimos títulos publicados sobre gastronomía compondrán las páginas de la sección “Última Parada”.

Como cualquier otra publicación especializada en gastronomía que se preste, el recetario es una de las secciones fijas que todo lector espera con renovada ilusión, ejemplar tras ejemplar. María Jesús Gil de Antuñano, Rafael Medina con las fotografías y estilismo culinario de Toya Legido y Miguel Cruz Faber, dependiendo del número publicado que se trate. Más tarde, con la publicación del número cinco, *Spain Gourmetour* publica las recetas de los cocineros sobre los que ofrece un reportaje específico. Es el caso de ese número cinco mencionado y protagonizado por Pepe Rodríguez Rey del restaurante El Bohío en Illescas (Toledo). A éste seguirán las recetas de: Pedro Subijana del restaurante Akeláre (San Sebastián); Toñi Vicente (La Coruña); Andoni Aduriz (Mugaritz); Enrique Martínez del restaurante Maher en Navarra; Kiko Moya del restaurante L’Escalete (Alicante); Montse Estruch, restaurante El Cingle (Barcelona); Xoxe T. Cannas del restaurante Pepe Viera “Camino da Serpe” entre Raxo y Poio (Pontevedra); Carles Gaig (Rest. Gaig, Barcelona); Pedro Rodríguez Dios, chef de La Gañanía (Tenerife); César Ráez, chef del Restaurante Torre de Sande (Cáceres); Oriol Rovira chef de Els Casals (Barcelona); Maria José San Román del Rest. Monastrell (Alicante); Paco Pérez del Restaurante Miramar (Girona); o Dani García, Rest. Calima (Málaga), Paco Roncero (Casino de Madrid) y Manuel de la Osa, Rest. Las Pedroñeras (Cuenca), entre otros.

La entrevista tiene su lugar hasta el momento de su desaparición. En este sentido, la apuesta de la publicación por incluir este rico género periodístico se mantuvo inalterable. Por “Última Parada”, sección donde se aloja la entrevista, además de algún que otro esporádico reportaje de fondo -incluso ofrecido en dos entregas- y algunos textos dedicados al bodegón pictórico, pasaron personajes cuya conexión enológica y/o

gastronómica fue variada. Bien procedentes del ámbito intelectual humanista, de la empresa gastronómica o de la viticultura; incluso se ocupó de mostrar la cara de auténticos desconocidos ligados al campo, a la agricultura o la producción, pastores, pescadores, aceituneros... El científico y Catedrático de Geografía Física de la Universidad Autónoma de Madrid, Eduardo Martínez de Pisón; Joaquín Gallego, chocero de La Serena; José Julián Goigana, pescador en Vizcaya; Toni Chueca, campesino, payés, quesero; Pedro Pérez, botánico autodidacta, apasionado de las hierbas silvestres; Isabel Dégano, agricultura-recolectora; Fabián Martín, pizzero; Florencio Sanchidrián, cortador de jamón; Sergio Volturo, director del centro de diseño del Matadero (Madrid); Patricia Langton, periodista colaboradora de la publicación afincada en Londres; y la serie “Descanso a la española” donde diferentes colaboradores distribuidos a lo largo y ancho del planeta dan cuenta de sus nostalgias y costumbres practicadas incluso a cientos de kilómetros de distancia.

“Punto Final” cerrará la publicación con directrices sobre literatura e incluirá un glosario de términos durante los primeros años de vida de la revista, además de las direcciones útiles y menciones específicas de colaboradores y créditos sobre contenidos fotográficos por ejemplar.

La revista se moverá de manera independiente pero paralela al impulso del trabajo realizado, promocionado y divulgado por parte de los representantes de los productos más característicos y con mayor calidad del territorio nacional. Este hecho se demuestra con la recogida del tema -en el aire o de actualidad- y su abordaje, -como por ejemplo pasa con el tema ecológico o los vinos biodinámicos cuya atención, textos y fotografías hace tiempo que vienen siendo habituales en otras revistas especializadas en gastronomía- a través de informaciones y recogida de datos propios puestos en común o confrontados que dan lugar a textos amplios y ricos informativamente hablando. También recogerá el testigo del trabajo de los representantes de la alta cocina nacional (en su doble vertiente con puntos comunes: vanguardista y regional actualizada o modernizada). En este sentido, *Spain Gourmetour* actuará de amplificador pero el suyo será un altavoz perfectamente equilibrado: la información contenido en cada uno de sus ejemplares constituyen a día de hoy todo un fondo de biblioteca tan sólo comparable a los textos publicados durante las primeras etapas de las revistas gastronómicas editadas

en nuestro país. Sin que sirva como elemento negativo, cabe mencionar que algunos de sus grandes reportajes, en el momento de su publicación, habrán sido atendidos con anterioridad por estas publicaciones especializadas. No es de extrañar, tan sólo demuestra como se siguen al pista mutuamente, están al corriente de las novedades o temas de especial interés; aunque también incide en este aspecto que muchas de las firmas colaboradoras, lo son también de otras publicaciones con lo que los temas que muchos de estos profesionales elaboran tienen su reflejo –aunque el texto sea distinto, se haya ampliado u ofrecido desde otra perspectiva- en otras publicaciones.

Entre las firmas más destacadas y que con mayor solvencia representan las letras gastronómicas de los últimos tiempos en nuestro país, *Spain Gourmetour* reunió textos de periodistas gastronómicos familiares como Cristino Álvarez, Andrés Proensa, Julia Pérez, Federico Oldenburg, Raquel Castillo, Paz Ivison o Luis Cepeda, entre otros; también participarán firmas especialistas en literatura e historia gastronómica como Carmen Simón Palmer, o en producto como Ismael Díaz Yubero, por ejemplo, o versados en la escritura de viajes como María Unceta. Y otros muchos nombres que contribuyeron a dar forma y vida a estas deliciosas páginas como Almudena Martín Rueda, Andrés Ramírez, Amaya Cervera, Saúl Aparicio, David Baird, Almudena Muyo, Carlos Tejero, Sonia Ortega o Rodrigo García Fernández, entre otras firmas (también las hubo de origen extranjero).

En marzo de 2011 la revista anuncia el lanzamiento de Food From Spain, el nuevo portal del ICEX dedicado a la gastronomía ([www.foodfromspain.com](http://www.foodfromspain.com)), una página web que viene a sumarse al trabajo de promoción de productos agroalimentarios españoles en los mercados exteriores que viene desarrollando la revista *Spain Gourmetour*, que cuenta con su propia edición digital desde el año 2004, y donde finalmente se podrá consultar a partir de su último número publicado en papel en 2012.

La convivencia entre la revista de papel y el portal digital *Foods & Wines From Spain* se mantuvo prácticamente durante un año, hasta que en agosto de 2012 *Spain Gourmetour* desaparece definitivamente. Durante este periodo el volcado de informaciones del soporte papel al nuevo portal fue regular hasta que una vez desaparecida del todo la revista de papel, el soporte digital dio lugar a nuevos textos e

informaciones convirtiéndose en un portal de referencia que contribuye a la creación y mantenimiento de la Marca España.

Según se desprende de la información proporcionada por Rodrigo García Fernández, la publicación impresa sirvió como inspiración para la creación del nuevo portal. Su desaparición, tal y como apunta la misma fuente consultada, se debió a cuestiones “puramente financieras” dado que se trató desde su fundación de una publicación “financiada en un 80% con fondos de la Administración Pública”. La compleja situación económica y los recortes realizados por parte del Gobierno de España a raíz de la crisis, junto con la conflictiva apuesta o sustitución por el viejo soporte frente al nuevo digital, eminentemente más económico y de mayor alcance, conllevaron al final de sus 20 años de existencia.

Con todo, *Spain Gourmetour*, no carecía en el momento de su desaparición de buenos datos en cuanto a número de lectores. Rodrigo García Fernández, señala que durante el año 2010 los suscriptores internacionales ascendía a 50.000, y, en 2012, justo el año del fin de la impresión de la revista, estos eran 40.000 (aunque la tirada de ejemplares para ese último año no superó los 35.000 ejemplares). Sin duda, la cifra que es significativa y nada desdeñable, se vio favorecida por el hecho de que fuera suministrada sin coste económico al suscriptor que era asumido por parte de la Administración.

Retrospectivamente estos suscriptores fueron aumentando y de los cerca de 10.000 que había en los años ochenta, se pasó en una década a triplicar dicha cifra. Entre 1995 y el año 2000 se mantuvieron los 35.000 suscriptores; entre el año 2000 y el 2005 *Spain Gourmetour* alcanza su cifra récord, 50.000 suscriptores que mantiene hasta 2010.

La relevancia de la publicación además de la calidad y el rigor antes señalados a través de un producto periodístico gestado desde un organismo de la administración, radica en el hecho de que la promoción se ejerciera sobre el producto principalmente y no desde la marca particular. Fueron el producto y los cocineros -aunque estos en menor medida, como se desprende del examen realizado- la fuente del impulso comercial como embajadores de la marca España; pero también como escaparate de la gastronomía popular y del estilo de vida de un país y de sus gentes, de su cultura y modos o estilos de



entender la alimentación, dado que estos protagonistas alternaban entre innovación y evolución desde la tradición y el respeto a la personalidad o características de esos mismos productos nacionales y sus posibilidades culinarias.

Marcas y productores encontraron mención específica, desde luego, bien a través de la propia inserción publicitaria que fue en aumento según se afianzaba la revista, como de las recomendaciones que a veces incluyen los reportajes pero siempre estuvieron o formaron parte de un conjunto unitario agrupado bajo el sello nacional. Y a este respecto, durante toda su vida en papel, la revista incluyó un listado de las Oficinas Económicas y Comerciales de las Embajadas de España dado que la promoción, el comercio y el fomento del negocio agroalimentario español motivaron la publicación cuyo progreso aquí reconstruido demuestra la calidad y altura del trabajo elaborado, periodísticamente hablando, también en materia de marketing y promoción.

*Spain Gourmetour* fue una excelente herramienta de comunicación y difusión de los valores que en materia de gastronomía y turismo podía ofrecer España. Una publicación al servicio de uno de los motores económicos del país.



### 3.2.10 Culto a la alta cocina. Apicius, Cuaderno de Gastronomía

Estrenado el nuevo milenio y como respuesta a la explosión de actividad y reconocimiento que en torno a la gastronomía se está registrando en España, (país y gastronomía entendidas desde una triple y convergente perspectiva: como Estado a la cabeza de la innovación y la creatividad culinarias; como territorio donde la gastronomía ha pasado a institucionalizarse de cara al exterior ofreciendo un estilo de vida; y, finalmente, como motor económico), una de las editoriales con mayor tradición en España en la edición de revistas técnicas y libros profesionales de cocina, pastelería y panadería, Montagud Editores<sup>655</sup>, lanza en 2003 el cuaderno de alta gastronomía *Apicius*.

Dirigida originariamente a los profesionales *Apicius, cuaderno de alta gastronomía* consigue acaparar, desde ese primer ejemplar, todas las miradas ajenas y propias del sector; del resto de publicaciones especializadas así como de los grandes chefs ven en el cuaderno la vía de expresión perfecta con la que darse a conocer y divulgar tanto creaciones como innovaciones. Este exitoso estreno se debe, entre otras cosas, a las particularidades propias de la publicación: por la cuidada calidad de su edición y por el destacado material fotográfico que la acompañan desde un principio junto a la relevancia gastroculinaria de sus partícipes.

El acierto del cuaderno, poniendo al alcance de un público un material que hasta entonces se hallaba circunscrito a las corrientes profesionales –como por ejemplo ocurría con *Saber y Sabor*<sup>656</sup>–, conlleva en el transcurso de siete números, que la cuidada publicación duplique la cantidad de contenidos, ampliando tanto la extensión del número de páginas como la información aportada: de la literalidad de la receta y el devenir culinario a la trascendencia profesional de cocina y su metodología para más tarde ir tejiendo una red implicando todos esos avances, técnicas y nuevos usos de ingredientes, y todas sus repercusiones en campos como la economía y el desarrollo

<sup>655</sup> Fundada en 1906, Montagud Editores cuenta con otras importantes cabeceras vinculadas al ámbito de la cocina profesional como *Pastry Revolution* –hasta mayo de 2003 y con casi 900 números en su haber, la publicación se llamaba *La Confitería*–.

<sup>656</sup> *Saber y Sabor* tiene su origen en 1992. Vinculada al sector profesional de restauración, hostelería e industrias afines, esta revista es un buen ejemplo del tipo de publicaciones estrictamente profesionales y con trayectoria en el momento publicarse por primera vez *Apicius*.

vinculados a los productos y territorios; la psicología implícita en los platos; el proceso creativo de los mismos en una búsqueda de establecer un esquema definido, etc. En definitiva, la complejidad de la cocina del momento conlleva la necesidad de ir profundizando en sus procesos en los que, como sabemos, el componente emocional tendrá especial protagonismo.

La revista evoluciona y es por ello que el proyecto consigue ser válido para ambos polos en principio alejados (lector profesional y lector no profesional pero sí apasionado de la nueva cocina/cocinero profesional de alto nivel). *Apicius* pasa del terreno estrictamente técnico-culinario, con profusión de explicaciones y esquemas, para después extrapolar contenidos y atender a la repercusión de los hallazgos y propuestas en el ámbito gastronómico en cuanto a hito evolutivo -externo e interno-, reflexionar y dar cuenta de la relevancia sobre la expectación social.

Sobre ese interés, el aparato mediático en el que se engloban las revistas especializadas tendrá desde luego mucho que ver pero siempre estarán por detrás de la fuente, es decir, de la cocina y sus artífices, y de sus propios aparatos mediáticos, porque los cambios obrados en España al respecto han sido, como hemos visto, espectaculares. Los mismos fueron recogidos por estas publicaciones que de algún modo también estimularon y dieron aliento a los cocineros en su particular revolución.

El hallazgo o construcción dentro de las múltiples posibilidades en las que podía convertirse esta publicación especializada, será posible gracias a la relevancia de los propios cocineros en el panorama internacional y a la demanda sobre información gastronómica, que fueron construyendo, no lo olvidemos, junto al resto de publicaciones anteriores, sin las cuales el fenómeno gastronómico hoy en día no sería el mismo, (buena materia prima con la que alimentar al público, como diría un cocinero o cocinera, y aparato mediático para divulgar, engrosar y generar proezas; los propios cocineros lo entendieron perfectamente desde los años setenta).

*Apicius* es hoy una revista de culto que exalta la cocina y la figura del cocinero, en ella se materializa el reconocimiento que tantos reclamaban -desde dentro de la profesión y desde las propias revistas especializadas-. Tan grande ha sido el cambio profesional que de alternativa como medio para ganarse la vida, la cocina ha pasado a

llenar auditorios. También los cambios e influencias operados por esta revista, que se publica con posterioridad, fueron importantes, comprendiendo en primer lugar tanto el mercado de publicaciones del momento como la diferenciación que suponían sus contenidos.

En origen, y como se ha señalado, desde una restrictiva órbita profesional, las páginas de *Apicius* se van a transformar (sin perder la filosofía original de atención al chef y su trabajo) en una revista que extenderá sus brazos para alcanzar el fenómeno de la alta cocina con toda su complejidad actual para mostrarla a una parte de la sociedad.

*Apicius* se transformará, como digo, en un contenedor donde la reproducción de la receta primigenia, que se amplía y enriquece número a número con gráficos, esquemas, explicaciones y razonamientos sobre las filosofías de chefs y reposteros, deja lugar a una serie de artículos, reportajes y entrevistas que amplían el fenómeno culinario, lo contextualizan, lo revisan y amplían en el terreno filosófico, sociológico e histórico, dependiendo del número a examinar<sup>657</sup>.

Por tanto, estos contenidos, precipitados por la creciente complejidad de la cocina contemporánea, evolucionarán el cuaderno profesional haciendo que muchos de sus temas sean válidos o del agrado -excluidas las técnicas culinarias avanzadas- de otro tipo de público lector que no ha de poseer específicamente vínculos profesionales con la cocina. De ahí que haya decidido su inclusión en esta tesis doctoral<sup>658</sup> aunque no sea en puridad una revista similar, siquiera se próxima a las anteriores.

Lo que a priori parece, y en buena parte lo es, una revista de alta cocina para un profesional avanzado, puede entenderse también como una publicación especializada en gastronomía destinada a un público más amplio. Insisto en que ese público comporta características especiales que van más allá de las tendencias, novedades y consumos gastronómicos. El lector de *Apicius* busca tanto la conexión con la alta gastronomía como

---

<sup>657</sup> Así ocurre, por ejemplo, en los números 9 y 10 donde la revista ofrece el análisis sobre periodos, movimientos, vanguardias y estilos de la alta cocina en Occidente contemporánea. O con el número 16 de mayo de 2011 donde se analiza la filosofía y el modo de trabajar hasta definirla, de la repostería de Yann Duytsche. Este ejemplo aunque posterior es un claro exponente de esa singularidad *Apicius*.

<sup>658</sup> Como cabecera dedicada a la gastronomía permanecía cuantificada y clasificada desde 2012 pero su desarrollo permanecía pendiente de la fase analítica.

su diferenciación lectora, su pertenencia a un grupo selecto. Su elevado precio, su calidad, su periodicidad, sus contenidos y sus protagonistas contribuyen a generar diferenciación, junto con la propia marca matriz, Montagud, editorial especializada en literatura gastronómica al más alto nivel, con cuidadas ediciones y chefs escogidos, y por qué no decirlo, con el propio director y el trabajo de su equipo en los nuevos canales de comunicación –las redes sociales han influido y mucho en la personalización de prácticamente todos los medios, y la revista gastronómica no es ajena a las nuevas tecnologías-.

Este cuaderno, como he señalado, se edita por primera vez a finales de 2003 y en ese primer número sólo contiene recetas muy precisas de platos además muy, muy concretos, pertenecientes a grandes cocineros y reposteros; tan sólo un breve texto contextualiza el contenido. Es con la edición del número dos cuando prácticamente la revista, el grueso cuaderno de alta gama, está llamado a encontrar hueco en el mercado abierto de las publicaciones especializadas en gastronomía. Una revista destinada a abrir su espectro de lectores, o, dicho con mayor precisión, abrirse al mercado de revistas en paralelo al circuito de publicaciones profesionales, para atraer a esa fracción de público que, -al igual que pasa en otras temáticas y con distintos enfoques con revistas como Jot Down, Letras Libres o Fronterad, por citar algunas-, quiere desmarcarse de la masa. Por todo ello, *Apicius* representa un eslabón más en este recorrido de publicaciones especializadas que del terreno estrictamente profesional deviene en un recurso singular y cuidado para aquellos fans de la gastronomía del siglo XXI<sup>659</sup>.

### **3.2.10.1 *Apicius, el nuevo notario de la cocina*<sup>660</sup>**

*Apicius. Cuaderno de alta gastronomía* sale al mercado en el mes de noviembre del año 2003 al precio de 28 euros. En la versión previa al magazine electrónico, disponible sólo en soporte digital a través de Internet, la Editorial Montagud,

<sup>659</sup> La revista recoge el legado anterior gestado a finales del siglo XX, origen o punto de partida de la cocina actual.

<sup>660</sup> Con la expresión “el notario de la cocina” adjetivó Ferran Adrià a esta publicación apenas recién estrenada.

responsable del cuaderno de periodicidad semestral, venía volcando recetas de grandes chefs. Tal y como se explica en el primer editorial de este cuaderno, el mismo nacía “como respuesta a las numerosas visitas” que se producían en la web apicius.es. Así que con la pretensión de ofrecer “tanto a los que trabajan en los oficios gastronómicos como a los gourmets, una publicación cuyos contenidos exclusivamente técnicos contribuyan a promover y elevar el nivel de calidad de la gastronomía”, la editorial lanza el que a día de hoy es un singular modelo difícil de clasificar, y que oscila entre la revista profesional de alta gama, todo un compendio de material gastroculinario<sup>661</sup> coleccionable, de aplicación –o imitación, y para los más osados re-interpretación culinaria- para el profesional de la alta cocina; pero también se convierte en la publicación especializada donde periodistas gastronómicos, investigadores y aficionados con mayúsculas a la gastronomía pueden encontrar soluciones a muchos interrogantes sobre filosofías, visiones y modos de alcanzar y materializar lo que muchos tan sólo adjetivan pero son incapaces de explicar con concreción.

Dicho esto, entre este conjunto de destinatarios también se halla un público que por encima de todo rendirá culto a la figura del cocinero, al mago<sup>662</sup> creador de emociones, fenómeno que se desata con la cocina de vanguardia. De todos los anteriores, desde luego la vertiente profesional pesará más.

La revista también supone un valioso órgano de promoción para los propios cocineros, una catapulta a la fama por así decirlo. Alex Atala, chef retratado en uno de los números de la publicación, definía así revista y experiencia tras aparecer en la misma: “Apicius es una referencia en España y ha influenciado a toda la prensa gastronómica extranjera. Antes de salir en Apicius, nadie me conocía. Hay un antes y un después de Apicius”<sup>663</sup>.

<sup>661</sup> Gastroculinario. Gastro-, porque con la propia evolución del cuaderno se amplía el espectro de la publicación que de la transcripción y guía de recetas de grandes chefs evoluciona ofreciendo contexto e historia a sus respectivas cocinas; -culinario evidentemente por la materia principal que genera el cuaderno *Apicius*, la cocina.

<sup>662</sup> Entendido no el sentido que sostiene por ejemplo Pérez Escohotado para quien la alta cocina “engaña”, “escamotea” e “hipnotiza” en cierto sentido al comensal con sus despliegues coloristas y su retórica mayúscula. Mago deberá traducirse aquí como poderoso, como conocedor del oficio o superdotado para el mismo.

<sup>663</sup> Alex Atala, chef. Apicius digital. Filosofía. Disponible en <http://www.apicius.es/filosofia/>. Última consulta 14-12-2015.



Sin mayor mención que la inclusión del director de la publicación, un jovencísimo Javi Antoja de la Rosa, el número uno de 2003 carece de staff editorial, lo que tampoco sorprende pues como digo se trata de la mera transcripción de material culinario suministrado por la fuente original.



Portada del ejemplar número 1 del Cuaderno de Alta Gastronomía, Apicius. Fotografía de portada, Manel Huete.

Este primer cuaderno, basado en la reproducción del trabajo elaborado por profesionales de cocina que en el mismo número participan, contuvo principalmente material didáctico profesional, es decir, recetas para cocineros con formación elevada. Recetas de alta cocina elaboradas y explicadas por sus responsables, todos profesionales nacionales de gran prestigio tanto en el interior del país como valorados a nivel internacional. Los chefs Albert Adrià, Andoni Luis Aduriz, Sergi Arola, Tony Botella, Dani García, Ramón Morató, Jordi Roca, Ferran Adrià, Josep Armentero, Martín Berasategui, Ramón Freixa, José Carlos García Ortiz y Joan y Jordi Roca, conforman y cierran este ejemplar número uno en el que, a las recetas

ofrecidas, tan sólo le preceden unas breves líneas que sirven para explicar, someramente, el trabajo, pertenencia o filiación, así como el grado de innovación en el terreno culinario propio o particular de cada autor.

Éste, retrospectivamente hablando básico ejemplar número uno -sin que el término básico se corresponda aquí con simpleza-, es la fórmula con la que inicia su andadura la admirada publicación.

En los meses de mayo y noviembre del siguiente año, Montagud Editores, bajo la dirección de Javi Antoja de la Rosa, alumbra dos nuevos ejemplares con los que se constata que el primer ejemplar ha tenido buena acogida y con los que se busca dar mayor concreción sobre el modelo de publicación anterior, ahora ya con la seguridad de que el proyecto cuenta con el interés del público (especializado, fetichista y profesional). Pero la definición de contenidos dista todavía de los que ofrece hoy.

La afirmación anterior sobre el éxito, o impacto, o acierto de la revista se demuestra además de con el análisis comparado del conjunto de revistas existentes en el momento de su origen, como con el estudio de cada uno de estos ejemplares realizado aquí, que evidencian su oportunidad en cuanto a producto entre públicos y su singularidad estética; también por el hecho de que, precisamente ese mes de noviembre del año 2004, cuando la revista acaba de sacar al mercado el número tres, la sexta edición del prestigioso congreso dirigido por Rafael García Santos, Lo mejor de la Gastronomía, concede a la revista el premio a la mejor publicación de gastronomía de ese año; no será el único premio que acumule a lo largo de una trayectoria que se mantiene a día de hoy viva.

A partir de estos tres números el grueso de colaboradores irá aumentando progresivamente junto al número de páginas que a día de hoy mantiene la publicación en 224 por ejemplar más cubiertas. La revista ganará cuerpo en lo concerniente al contenido y también en el número de anunciantes (en el número 2 apenas incluía 14 páginas de publicidad; con el número 7 la revista alcanza las 25 páginas completas dedicadas a la promoción de marcas y productos, en su mayoría de aplicación o utilidad en las cocinas profesionales y siguiendo el modelo de un anunciante por página). Del mismo modo su precio variará de los 28 euros de salida hasta los 35 euros actuales. La periodicidad en cambio se ha mantenido firme desde su origen, lo que es natural dada la aparente complejidad de la edición.

Sería injusto no reconocer que, estos todavía imberbes y primeros números -2 y 3-, contribuyen en buena medida a definir las páginas de la actual *Apicius*, pues en ellas, además de las recetas y sus instrucciones, se van incluyendo progresivamente antecedentes y descubrimientos que conforman importante información de utilidad

culinaria<sup>664</sup> en primer lugar, pero también de incuestionable utilidad documental en lo que a cada cocinero, filosofía y cocina se refiere, y también sobre determinados ingredientes.

Durante los próximos ejemplares *Apicius* sumará nombres de cocina y también de otros ámbitos como del mundo del diseño o la universidad, además de importantes firmas de periodistas colaboradores que dan forma a la revista: Purificación García, Javier Martínez, Neus Sanjuan (UPV), Philippe Regol, Raimundo García del Moral (Universidad de Granada), Ignacio Medina, Rafael García Santos, Xavier Agulló, Cristina Jolonch, Paolo Marchi, Mikel Zeberio, Alessandra Modelesi, Santiago Orts, etc. El control de la edición recaerá en René Palomo, y la redacción en Lara Zaballa. Carlos Rondón firmará la fotografía propia de la revista; en la misma irán colaborando otros profesionales como por ejemplo Carles Allende, Jean Bernard Lassara o Andy Rian.

La revista contará también en este periodo con un asesor literario, Santiago Bonilla, porque *Apicius* incluye al final de cada ejemplar una breve bibliografía relacionada con el tema abordado en cada número, práctica que desaparece a partir del número 9 de 2007.

Cada ejemplar de *Apicius* va a estar dedicado a un tema. Un tema principal que sin embargo no se anuncia en la portada, salvo excepciones como las que representan por ejemplo el número 9, o el 10, que van acompañados de un subtítulo mayor. Cada entrega, cada ejemplar, cuenta con la expectante acogida del destinatario y es la suscripción la principal vía de adquisición de una publicación que se vende en establecimientos especializados y algunas selectas librerías –además de a través de la propia plataforma digital que la editorial Montagud mantiene abierta–.

Producto (variedades, clasificación, características), técnicas (culinarias, cortes...), invenciones (aportaciones o descubrimientos extraordinarios como la centrifugadora-taladro de Jordi Herrera con la que se consigue un tostado superior<sup>665</sup>),

<sup>664</sup> Ferran Adrià dejará escrito en el editorial del número 2 de este cuaderno que la calidad y grandiosidad de sus fotografías serán importantes para analizar la cocina de hoy. Será una suerte de catálogo culinario además de “notario de la gastronomía”. En definitiva, una fuente a la que recurrir. *Apicius*, número 2, mayo de 2004, p. 3.

<sup>665</sup> *Apicius*, cuaderno de alta gastronomía, número 7, noviembre de 2006, pp. 157-167.

la cocina de vanguardia analizada y definida por Pau Arenós, ecología y alimentación, la re-creación gastronómica de la gastronomía española traducida en palabras por Fernando Huidobro, la agricultura biodinámica, las entrevistas con las que se profundiza en cuestiones sesudas y con la que se sondea la actualidad y se lanzan hipótesis sobre el futuro culinario, etc., son algunos de los temas más destacados. Pero por encima de todo la revista constituye una importante fuente documental para los profesionales que desde distintas disciplinas quieran adentrarse en el fenómeno gastronómico, tanto en el terreno de la cocina, terreno principal, como en sus letras o imagen -sus fotografías y esquemas son un legado culinario de gran valor-. Cada receta, cada técnica, cada ingrediente empleado con protagonismo suficiente, salvados los primeros números, va más allá de la tradicional fórmula matemática<sup>666</sup>: pretenden ofrecer una idea precisa de la mentalidad del cocinero, su filosofía, y sus métodos de trabajo a la hora de crear.

También es una indudable plataforma de cara al público exterior para los cocineros que acaparan la atención de la revista. En sus más de doce años de historia por estas páginas han paseado su cocina chefs como: Carles Abellán (Bravo), Gastón Acurio (Astrid&Gastón), Albert Adrià (elBulli), Ferran Adrià (elBulli), Grant Achatz (Alinea), Massimiliano Alajmo (Le Calandre), Raúl Aleixandre (Ca'Sento), Juan Amador (Amador), Javier Andrés (La Sucursal), Bittor Arginzoniz (Asador Etxebarry), Elena y Juan Mari Arzak (Arzak), Corrado Assenza (Caffé Sicilia), Alex Atala (D.O.M.), Eneko Atxa (Azurmendi), Oriol Balaguer (Estudi de Xocolata i Pastisseria), Dan Barber (Blue Hill), Pascal Barbot (L'Astrance), Frédéric Bau (L'École Valrhona), Martín Berasategui (Martín Berasategui), Andrea Berton (Trussardi alla Scala), Jonnie Boer (De Librije), Tony Botella (TC-TB), Massimo Bottura (Osteria Francescana), Alexandre Bourdas (Sa.Qua.Na), Michel Bras (Bras), Jordi Butrón (Espai Sucre), Rodrigo de la Calle (Rodrigo de la Calle), Xosé Cannas (Pepe Vieira Camiño da Serpe), Moreno Cedroni (Madonnina del Pescatore), Enrico Cerea, Roberto Cerea & Paolo Rota (Da Vittorio), Carmelo Chiaramonte, Mauro Colagreco (Mirazur), Rut Cotroneo (Ferrero), Hiroshi Sokawa (Taiwa Gakuen), Ciccio Sultano (Duomo), Luigi Taglienti (Ristorante delle Antiche Contrade), Marcelo Tejedor (Casa Marcelo), Shintaro Terada (Mokubei), Sergio Torres (El Rodat), Michel Troisgros (Maison Troisgros), Mari Carmen Vélez (La Sirena), Roger Viusà (Moo), Hiroaki

---

<sup>666</sup> O reproducción ingrediente-cantidad-uso/técnica/manejo de la receta tradicional.



Número 2 de la edición francesa de Apicius. Año 2009.

Yamagishi (Ginsui), y muchos más porque a día de hoy su historia continúa.

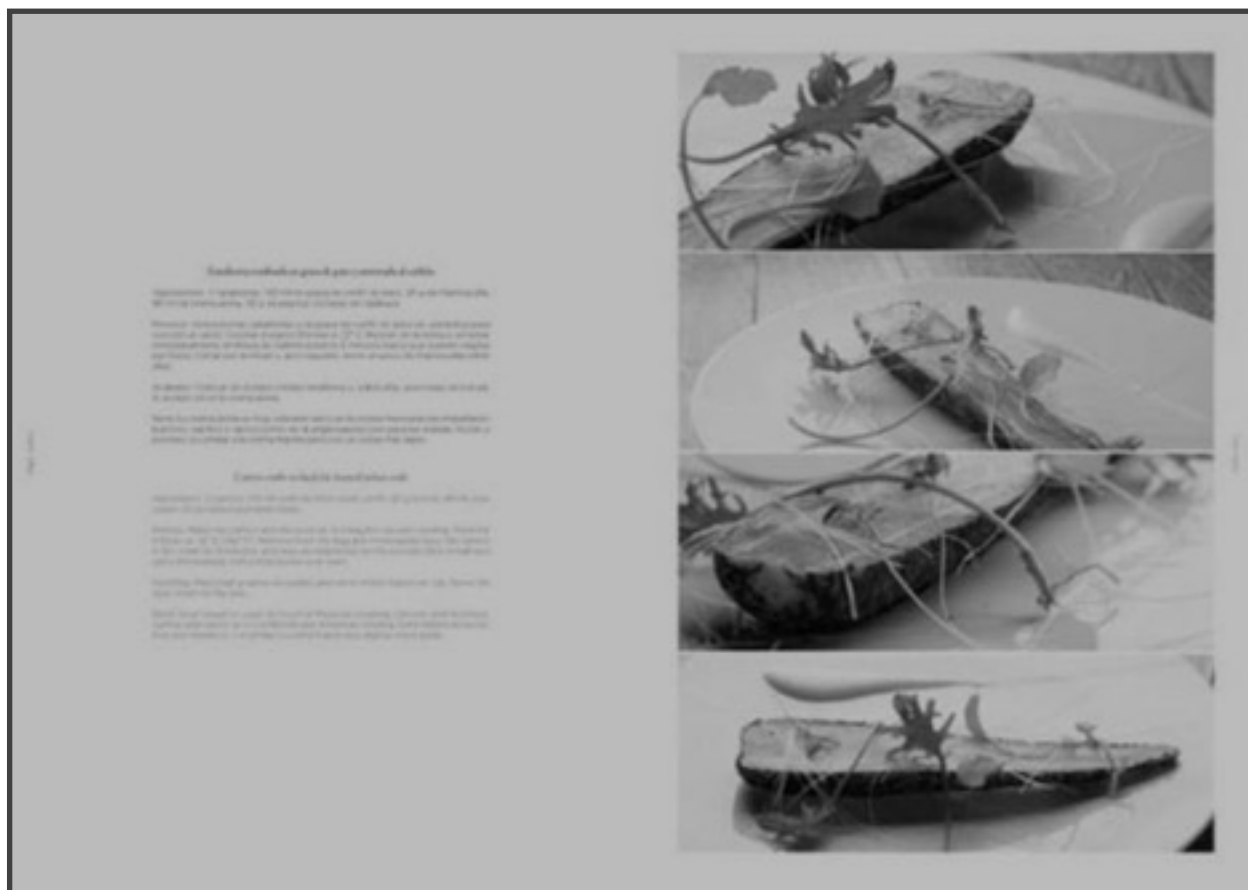
En el editorial del número 7 del mes de noviembre de 2006 se anuncia la edición de Apicius en Italia. La versión francesa de *Apicius*<sup>667</sup> se lanza en 2007. La editorial mantendrá en este periodo la publicación también en Bélgica y Países Bajos, Estados Unidos y Argentina. Más tarde, abrirá la compra digital en formato pdf. de los cuadernos a menor precio; también el precio de la suscripción, como es lógico, varía en función del territorio de destino (dividido entre nacional, europeo y resto del mundo).

Son estos unos años en los que la publicación se ha centrado en la labor del cocinero, de ahí, la necesidad de incluir la larga relación de nombres anteriores que evidencian este hecho, y, de ahí, su base culinaria documental a la que se refería Ferran Adrià apenas nacida la revista (técnicas de trabajo, innovación y trascendencia, filosofía culinaria y trayectoria personal de cada uno de los nombres anteriores junto con sus recetas explicadas). En este sentido se puede hablar de la revista como el gran catálogo de la cocina contemporánea; incluso la propia empresa editorial de *Apicius*, *cuaderno de alta gastronomía* se ha referido a su publicación como un cuaderno con alma de libro.

Junto a cocineros y cocina, la revista bianual incluirá otros temas a añadir a los anteriormente explicados como: catalogaciones de cocina fruto de la observación de los

<sup>667</sup> De la que sólo se han podido consultar dos ejemplares originales ubicados en la BNE.

profesionales del periodismo gastronómico; la historia de la cocina y la alimentación; definiciones hasta entonces inexistentes como la aportada por Pau Arenós sobre la cocina de vanguardia que buscaba definición de palabra; las recreaciones de Fernando Huidobro en las que reflexiona sobre lo que hace “neo” a la neococina; entrevistas con



Ejemplo de páginas interiores de la publicación. N° 22.

La limpieza del diseño contribuye a realzar textos e imágenes, elevan, todavía más si cabe, la sofisticación de los fogones del siglos XXI. Chefs, técnica, tecnología(s), conceptos y filosofía gastroculinaria resumen los contenidos que transcriben el trabajo culinario.

abundancia de datos y que constituyen una buena base para los propios investigadores y gastroperiodistas; y periodos y movimientos culinarios convenientemente descritos cuya lectura se amplía desde el profesional hacia ese otro público cuyo único requisito podríamos añadir se encuentra en el hecho de no conformarse únicamente con acudir al establecimiento de moda o conocer la última tendencia gastrocomercial, incluso leer las principales cabeceras gastronómicas de fácil hallazgo en el quiosco. Y aquí está el nexo de unión con el público a pie de calle, un público formado o con aspiraciones de estarlo,



ávido de conocimiento sobre los secretos de cocina de los grandes chefs; un lector al que se le presupone pasión por la gastronomía a todos los niveles, además de resto profesionales vinculados a la misma. La propia publicación “ratifica” en su editorial de mayo de 2009 quiénes son sus destinatarios: “cocineros, gastrónomos, empresas especializadas, observadores y críticos gastronómicos”<sup>668</sup>.

A pesar de la explicación anterior, resulta complejo resolver con agilidad la estructura de esta publicación. En un primer momento, *Apicius* articula sus contenidos ligados al nombre propio de un cocinero y su cocina. La complicidad con la cocina precipita o amplía considerablemente los contenidos de la revista cuyo sumario va creciendo ejemplar a ejemplar, así como va creciendo el número de personas que conforman el equipo.

Algunas veces ese complejo sumario se articulará con el adjetivo que concentra un determinado estilo culinario<sup>669</sup>. Otras lo hará a través del nombre del chef seguido del resto de titulares que constituyen lo que podríamos llamar sección<sup>670</sup> principal o mayor que no es otra que la del propio nombre protagonista y que son frases o alusiones sobre los contenidos.

A partir del número doce, en 2009, ahora bajo la dirección de Francisco Marfull, este sumario se invierte, hay que reconocer que se reorganiza periodísticamente hablando, pero pasa a desglosar -conceptualmente la inmensa mayoría de las veces- el titular del tema que aborda y que corre paralelo a un protagonista de la cocina (el nombre de chef, por así decirlo, cambia de posición y se sitúa tras un sucinto titular). Además, el muy necesario doble espacio entre bloques temáticos ayuda al lector a delimitar contenidos, facilita por tanto su lectura y agiliza la localización de contenidos.

El cocinero y su cocina, es y será en el futuro, el eje de la publicación sobre el que se articule todo lo demás; también en esta nueva etapa sin Javi Antoja de la Rosa, quien regresará y hará propia publicación y dirección con el número 18 del mes de mayo

---

<sup>668</sup> *Apicius. Cuaderno de alta gastronomía*, número 9, mayo de 2009.

<sup>669</sup> Así ocurre por ejemplo con el número 7 de la revista de noviembre de 2006.

<sup>670</sup> Evidentemente no podemos llamar sección al nombre de un chef si éste o esta no se repite número tras número, es decir, si no presenta progresión y periodicidad.



de 2012 tras su adquisición. En relación con su papel al frente la revista, la misma adquirirá también su particular sello personalista. El orgullo y la pasión del joven director sustentan estas páginas en las que colabora un equipo fiel a la editorial Montagud. Sincronización que se trasvasa a las redes sociales.

Las personas responsables de la redacción han crecido considerablemente y está formada por el propio Francisco Marfull, Célia Pujals (que es además la coordinadora de edición), Fernando Martínez-Conde Revuelta, Silvia Cañas y Stefania Siragusa. El diseño y la maquetación continúan en manos de René Palomo quien retoca sutilmente las páginas anteriores en estos años. Producción e Internet estarán realizados por Harold Zaragoza y Joan Berenguer, respectivamente.



El chef Diego Gerrero. Uno de los protagonistas del número 18 de la publicación.

“Cumplido un lustro desde su nacimiento, creemos que la trayectoria de *Apicius* ha sido fiel reflejo de uno de los momentos estelares de la Historia de la cocina. Ahora toca adaptarse a los nuevos tiempos, más difíciles, que impondrán una severa reflexión sobre el devenir de nuestra sociedad. Nuestras actitudes cambiarán y acabaremos entendiendo que se impone un mayor respeto por nuestro entorno y una mejor gestión de nuestros recursos económicos, huyendo del despilfarro”.

El fragmento pertenece al editorial en el que Francisco Marfull toma el timón de la publicación; un periodo complejo, interno y externo, que define certeramente Marfull. Corre mayo de 2009: crisis, descontento político, calentamiento global, la incorporación de nuevas generaciones con otros gustos e ideales, las nuevas tecnologías, el consumo rápido de información y datos sin análisis, etc.

En este contexto, es ahora cuando la cocina, en general, busca su reorganización o adaptación a los nuevos tiempos, donde se impone, debido a lo anterior, el ahorro de recursos que va a dar lugar a la austeridad; sin ser una vuelta atrás en la cocina, los platos se han transformado, se vuelven más asequibles a todos los niveles. Todo gracias a un cambio de mentalidad sobre la materia prima que en el fondo asciende gracias a la necesidad de subsistencia con visión de conjunto (producto, respeto, garantías salubres, nutricionales y de continuidad).



En ocasiones la revista incorpora entrevistas a protagonistas de la actualidad cultural que mantienen una estrecha relación con la gastronomía. Es el caso de Juan Echanove quien aparece en el número 18 de la publicación. El actor ya protagonizó otras portadas en el pasado (Vino y Gastronomía, por ejemplo).

La ecología, la sostenibilidad, van a estar a partir de este número cada vez más presentes en las publicaciones gastronómicas, en *Apicius* también. Es la corriente que van a seguir muchos cocineros, y en este sentido, ya hemos visto que también ha habido publicaciones que han sabido detectar el nuevo nicho y la nueva tendencia, medios pioneros en destacar la importancia del terruño, sus gentes, productos y estilos de vida.

Con la incorporación de Francisco Marfull se abre una importante etapa para la revista empeñada, a partir de ahora, en una muy bien definida como “cocina creativa” gracias al debate generado al respecto en prácticamente todos los medios; una cocina que “es manifestación artístico-cultural [...] reflejo de la actividad humana, que evoluciona con los tiempos”, subraya Marfull en 2009. *Apicius* prestará especial atención a las nuevas generaciones de cocineros, al lógico relevo y huirá de “facciones o capillas culinarias”; en una palabra, asegura que no se dejará llevar por presiones externas. Y ese producto que cobra protagonismo en las cocinas es una realidad minuciosa en las páginas del cuaderno.

El hilo conductor de la revista queda ahora establecido en base al cocinero, el producto, las recetas y su disección, literalmente, tanto en lo que atañe a técnica como a origen de producto, también sobre la importancia o singularidad del chef y su papel en el mapamundi culinario. No cabe duda de la existencia de un fuerte *cook star system* y *Apicius* supone una excelente plataforma para su lanzamiento; en este punto, su diseño e imagen agresiva o de impacto junto a las posibilidades que brinda la nueva estética de la cocina serán la principal fuerza de la revista como catapulta o altavoz de estos trabajos hacia el exterior.

Cuando los responsables de la alta cocina se hayan metido de lleno en las redes sociales, el sumario incluirá las coordenadas digitales -nombre de usuario-, tanto las propias de la revista y su principal cabeza, Javi Antoja de la Rosa reincorporado a la dirección en 2012, como las de los cocineros incluidos en el sumario.

En 2012, año que pone coto a esta investigación, *Apicius* recibirá el premio de la Real Academia de Gastronomía a la mejor publicación gastronómica. Y este premio viene a confirmar todo lo anterior porque la publicación, en el momento de recibir este galardón, hace tiempo que ha ampliado su público como hemos visto para salirse de los circuitos profesionales aunque no los abandonará jamás. Sus responsables han encontrado una buena fórmula con la que armonizar ambos destinatarios y también las distintas plataformas de comunicación pues la dirección de la revista comprendió inmediatamente el mundo digital, integrándolo en su día a día. La trayectoria *Apicius* es posible no sólo a través de las páginas escritas sino al apoyo y la visibilidad que su marketing proporciona en ese terreno digital donde, revista y editorial, se muestran especialmente activos. Personalista en la dirección y selecta en los contenidos, la emoción que produce la espera entre entregas de la publicación cada seis meses, lejos de agotarse va incrementándose *tweet a tweet*, y a



Portada, nº 18, mayo 2012.

pesar de los malos tiempos para el papel, su público continúa<sup>671</sup> esperando un nuevo ejemplar.

---

<sup>671</sup> Cuando se entregue este trabajo *Apicius, cuaderno de alta gastronomía* habrá publicado 24 ejemplares.

### 3.2.11 Propuestas de futuro y continuidad

La labor de investigación realizada no supone sin embargo el agotamiento de la misma. A pesar de que el presente trabajo sienta las bases sobre el fenómeno revista gastronómica publicada en España desde un punto de vista académico, esto es, ordenado, con resultados visibles que contribuyen a aumentar el conocimiento y delimitan campos del saber conforme a un corpus teórico propio basado en la doble especialidad; el mismo, abre nuevas vías de investigación. Incluso de ampliación específica mediante la detección de nuevas cabeceras que puedan aparecer y que tengan mucho que decir sobre esta particular parcela de la historia, evolución y productos propios del periodismo gastronómico. Generando nuevos trabajos y ofreciendo nuevos datos. La labor investigadora no termina, desde luego.

Este trabajo es a todas luces único, también ambicioso, por eso no se ha podido prestar atención a la traslación de textos y/o la publicación de contenidos propios que estas mismas revistas, cuando así los tienen, publican en el terreno digital. Y aquí se encuentra un nuevo objetivo de investigación con múltiples posibilidades. Sin duda la irrupción y revolución que ha supuesto para los medios y la comunicación el uso de internet, donde el macrodiscurso que parte de los usuarios en las redes sociales puede a su vez bifurcarse y ampliarse con otros formatos, ofrece uno de estos posibles caminos; también a través de sus propios portales digitales. Desde un punto de vista investigador queda mucho trabajo por hacer. Por ejemplo, la necesidad de profundizar sobre determinadas figuras clave que, en términos periodísticos, han contribuido no sólo a dar sentido a la especialidad sino que han influido en generaciones posteriores, ampliando y mejorando las posibilidades a las que se presta la propia especialidad periodística. Sin duda, en esta tarea investigadora sería importante contar con el apoyo de instituciones académicas y organismos públicos y/o privados que atiendan al fenómeno gastronómico de manera específica, los que contribuyesen a hacer posible estas y otras tantas vías de investigación. Una de ellas, para mí principal, sería, además de apoyar las ya reconocidas titulaciones académicas en torno a la gastronomía como disciplina profesional y sobre sus vías de negocio, la necesidad de abrir camino -dentro de estos nuevos centros, o con la creación de nuevos como un aula de gastronomía, o un instituto complutense de

gastronomía, con grupos de investigación, incluso de un centro específico enfocado hacia los estudios gastronómicos desde la perspectiva de las ciencias sociales y humanas. Debemos fomentar investigaciones, apoyar a los profesionales capaces de asimilar y sintetizar, y hasta en algunos casos, de traducir a la sociedad aquella actividad gastronómica relevante y no sólo aquellas partes interesadas, tanto en términos de crecimiento económico y competitividad, sino como en todo lo que desde ámbito concreto de estos estudios (historia, sociología, periodismo, comunicación, arte, filosofía, etc.), puedan contemplar para ampliar y divulgar el conocimiento.

## CONCLUSIONES

Con respecto a la primera cuestión que se planteaba en esta investigación, el origen de la publicación especializada en gastronomía en nuestro país, cabe destacar en sus puntos concretos -punto 1 de los Objetivos de Investigación- sobre el origen de la temática gastronómica en relación con el ámbito periodístico y la detección de los antecedentes de las publicaciones ligadas a la gastronomía en formato revista de manera específica -objetivo principal del presente trabajo-, la presencia de conexiones gastronómicas en el artículo de costumbres publicado en España, entre los siglos XVII y XIX. En los mismos cocina, profesiones, establecimientos, modales, fiestas, hábitos y productos sirven para construir crítica social. A través de dichos artículos es posible trazar un punto de partida sobre la inclusión temática en la prensa nacional más allá de la receta, así como reconstruir buena parte de los modelos y problemas del periodo en materia de alimentación, y en relación a la oferta y situación de las mesas públicas -restauración, fondas-.

El autor Juan de Zabaleta será el primer articulista que considera como materia de interés o de primer orden la alimentación para reflejar y señalar aspectos criticables de la sociedad de su tiempo. Si bien es cierto que su intención siguiendo el patrón costumbrista es denunciar la gula más que profundizar en el alimento, su artículo titulado *El glotón que come al uso* (integrado en la obra *Días de fiesta por la tarde*, 1659) supone el anuncio de la temática gastronómica con bastante antelación. Por lo tanto, alimentos, costumbres, festejos, fondas y platos se integran en el artículo de costumbres a partir del siglo XVII como parte de la experiencia vital de sus personajes. La mención expresa de cocina -platos o recetas- y alimentos en los artículos analizados contribuyen a ampliar la cartografía gastronómica del periodo al que hacen referencia. Amplían su contexto sociocultural al tiempo que evidencian el comienzo de una temática que ha derivado en una especialización periodística propia, cuya eclosión experimentamos en la actualidad.

La prensa agraria convive con publicaciones específicas con el artículo de costumbres, pero es en el siglo XVIII, como señala Yanet Acosta en su tesis doctoral



titulada *La información agraria en España: desde sus orígenes hasta la agenda 2000*, cuando encontramos los antecedentes de la inclusión de la cocina en los diarios españoles, nada menos que de la mano de Mariano José de Nipho, quien además de modernizar la prensa, a partir de 1758 incluye recetas entre las páginas de su periódico *Diario noticioso, curioso-erudito y comercial, público y económico*.

Durante el siglo XIX la temática gastronómica, con la inclusión de este término específico en prensa que aparece por primera vez a partir del año 1817 (*Crónica científica y literaria*), según se extrae de la investigación realizada por Ainhoa Aguirregoitia Martínez y María Dolores Fernández Poyatos (*La gastronomía española en el siglo XIX*), la gastronomía va a tener su reflejo en el resto de prensa nacional alejada tanto de los intereses estrictamente agrarios como de las intenciones del artículo de costumbres. Publicaciones como la ya mencionada *Crónica científica y literaria*, *La Abeja del Turia*, *Diario de Madrid*, *Mercurio de España* y *Nuevo diario de Madrid*, así como *La revista española*, nos ofrecen hoy una visión poliédrica en torno a la gastronomía, dado que sus discursos, como han demostrado las autoras anteriores, abarcarán aspectos como la historia de la gastronomía, la teoría gastronómica, la función social de la comida, los hábitos y prácticas descorteses, también las prácticas censuradas, y, por supuesto, las recetas y demás curiosidades en relación con la cocina. También aparece en los espacios dedicados a la publicidad (avisos de cocineros, de fondas, alimentos, almacenes y tiendas de ultramarinos).

La evolución culinaria que acontece desde el XIX en otros países, a pesar de lo señalado, no obtiene la misma atención en la España de ese periodo. En nuestro país destacarán durante el XIX y principios del XX las figuras de Ángel Muro, el doctor Thebussem e Ignacio Doménech, que atienden a cuestiones de cocina pero también se ocupan de su carácter cultural e intelectual, y de su divulgación; la cocina formará parte de los cambios sociales de la Europa de finales de siglo con Francia a la cabeza, pero en España queda circunscrita al entorno o intereses propios de públicos femeninos donde la receta y los modales sociales son sus principales temas.

En la considerada Europa más moderna se mantendrá, durante los siglos anteriores (entre el XVII hasta alcanzar el XIX), una actitud contraria en cuanto a

importancia y atención a la gastronomía, si bien es cierto que la complejidad política de nuestro país imposibilita la generalización del concepto y su atención como sí ocurre por ejemplo en Francia. En Europa, se practica una especie de fe y respeto hacia lo coquinario que favorece la aparición de la figura de gastrónomo y también del crítico gastronómico. Tendencia originada en el periodo de la Ilustración de la que partirán figuras internacionales tan populares como Antoine Carême en el terreno culinario principalmente (aunque también en el intelectual), y en el de las letras de manera destacada con las figuras de Grimod de La Reynière, primero, y más tarde con Brillat-Savarin; en España, el mejor representante de este hecho será el doctor Thebussem, quien recoge el testigo en el XIX al señalar la importancia de la mesa y denunciar, entre otras cosas, sus abusos o transgresiones.

No es hasta superada la mitad del siglo XIX cuando encontramos la evidencia de las primeras publicaciones que, tomando o imitando el modelo informativo periódico, versan de manera concreta sobre gastronomía. Así ocurre con el *Almanaque Histórico Bucólico Dulcísimo* editado en 1858 que, adoptando un formato similar a la hoja volandera y a instancias de un establecimiento (por tanto respondiendo más a la función promocional que informativa en su objetivo), proporciona sin embargo información de utilidad para los ciudadanos. Información ceñida al calendario y las estaciones, cuyos textos recuerdan tradiciones y aconsejan el consumo y tipos de dulces propios de determinadas fechas, verdadero objetivo de la publicación de carácter anual. Por tanto es un buen ejemplo de aproximación, de formato híbrido sobre publicación gastronómica - también publicitaria- ubicada en este periodo, del que partirán las primigenias revistas de cocina, que transitarán en muchas de sus páginas entre la cocina y un concepto culto en torno a la gastronomía; aquellos pasos servirán para consolidar las publicaciones gastronómicas definitivamente durante la Transición.

Sin embargo, habrá que agotar el siglo XIX para encontrar publicaciones culinarias de carácter periódico, publicaciones estables que responden a las características de proyectos periodísticos. Estas revistas consideradas culinarias incluirán en sus páginas además de recetas, fuente informativa principal, la reivindicación como hecho cultural de la comida de manera poco organizada pero presente. También se observa en sus contenidos cierta reflexión en torno a los alimentos

más o menos concretas como la procedencia, introducción o viajes de los alimentos, usos ancestrales, historia y presencia de los mismos en mesas nobles; de ahí que debamos considerarlas híbridas, es decir, entre lo culinario y lo gastronómico, aunque sin inclinación o predominio evidente de lo segundo, pero cuyo reconocimiento es innegable y necesario por cuanto avanzadilla del concepto gastronómico representan de cara a la instrucción de la sociedad y el origen de la futura publicación gastronómica.

La investigación realizada en la Biblioteca Nacional y la Hemeroteca Municipal de Madrid, base a los criterios especificados de búsqueda y localización de publicaciones específicas, -punto 2 de los Objetivos de la Investigación-, ofrece un total de trescientas doce publicaciones entre guías, almanaques, semanarios, revistas gastronómicas y revistas culinarias.

De todas ellas, las que observan el fenómeno gastronómico atendiendo a su complejidad, es decir, trabajando textos desde esa perspectiva multidisciplinar y transversal de la gastronomía, son las que amplían sustancialmente las posibilidades culturales con respecto a aquellas cuyo conocimiento aborda la cocina y el producto con finalidades prácticas de elaboración.

Este tipo de revistas añade otra información que da respuesta a los puntos 3 y 4 del apartado “Objetivos de la Investigación” en relación a la temática. Lo primero que hay que aclarar es que, si bien es cierto que se apoyan en la publicidad y promoción a través de la organización de catas, viajes y visitas -sobre todo en sus primeros años- con los que poder sacar adelante sus respectivos proyectos, muchas de ellas serán posible gracias a la actividad comercial de clubes de vino, como ocurre con *Sobremesa (1984)*, *Vino y Gastronomía (1991)* o *Gran Reserva (1986)*.

Historia de alimentos, utensilios, recetas y restaurantes. Ciencia, tecnología, análisis sensorial, comportamiento, protocolo, sociedad, características organolépticas de los productos (fichas de cata), productos innovadores, tendencias y conductas alimentarias, protagonistas y profesionales de distintos ámbitos pero siempre en relación con la gastronomía, hostelería y restauración; productores, elaboradores, chefs, nuevas disciplinas posibles gracias al desarrollo tecnológico y estudios profesionales que se van consolidando -así ocurre con la enología, o, con la propia cocina-; incluyen

información sobre lo que hoy denominamos turismo gastronómico, nuevas técnicas de cocina, nuevos estilos o combinaciones culinarias fruto de influencias extranjeras; notas de cultura, arte, cine y literatura -gastronómica y culinaria-; y por supuesto ocio, consejos de consumo y conservación. Y, en su papel de vocación de servicio, incluyen además de la valoración, prescripción o recomendación de restaurantes -que oscilan entre críticas completas o reseñas-, citas para el público profesional y aficionado relevantes, tales como la celebración de salones y congresos. La aparición de nuevos organismos, temas sobre legislación, actualidad y fundación de denominaciones de origen, marcas, asociaciones y fusiones empresariales o informaciones sobre la actividad de grupos hosteleros son igualmente temas que aparecen publicados en estas páginas.

Temas recurrentes y comunes que abordan y evolucionan en cuanto alcance y profundidad desde las características del alimento y la bebida para alcanzar la instrucción del lector y orientar sobre el cuidado, respeto y/o calidad de los alimentos, ofreciendo al público textos que señalan las posibilidades de profundidad temática que brinda cada uno de ellos; todo un mundo de sensaciones por descubrir que contribuye a generar interés creciente por la temática y fomentar una cultura en torno a la alimentación que va más allá de la función nutritiva, la cual conduce directamente hacia la demanda sobre este tipo de publicaciones que tantas cuestiones aclaran.

Trabajados a partir de todos los géneros periodísticos, al que debemos añadir de manera específica crítica y reseña gastronómicas, muchos de estos temas son ideados para guiar al lector por la complejidad del fenómeno gastronómico en un intento de instrucción evidente, en sus primeros años. Aspecto que se diluirá superados los años noventa, década en la que este tipo de reportajes y contenidos van perdiendo fuerza a favor de nuevos productos posibles gracias a la innovación tecnológica, también sobre tendencias y/o novedad gastronómica. En definitiva, en pos del consumo inminente y la promoción de productos, cocinas y servicios. La época de bonanza y progreso de estos años se deja notar también en la despena lo que contribuye al éxito de las publicaciones y fomenta el interés del público.

Los asuntos que ofrecen entre 1976 y 1989, aproximadamente, contextualizan periodos y recopilan el pasado ofreciendo así textos cerrados de corte histórico-

gastronómico muchos de ellos sin fecha de caducidad, incluso a día de hoy. También incluyen fases evolutivas de carácter gastro-culinario, dibujando en la medida de lo posible el futuro inmediato, es decir, mostrando las posibilidades de la innovación técnica en torno a los instrumentos de cocina y tecnología de distintas épocas; comparando o relacionando estos asuntos con lo que ocurre en otros países, facilitando su comprensión, ampliando la visión que se pueda tener sobre cada uno de ellos; ampliando nuestros propios horizontes. Es decir, que ofrecen infinidad de pistas sobre tendencias y casos de éxito puestos en marcha en otros países, de manifiesta utilidad para los sectores y áreas de manufactura nacional relacionados (empresas y personas dedicados a la tecnología, maquinaria, investigación, electrodomésticos, decoración, modelos de negocio, importación de productos exóticos, técnicas culinarias, gestores de locales y restaurantes, etc.) que encuentran en buena parte de las páginas de estas cabeceras, desde finales de los ochenta hasta finales de los noventa, la modernización y el reclamo de un nuevo perfil de consumidor con el que garantizar la supervivencia de sus respectivos negocios. Y, aunque entre sus páginas transitan, junto a lo anterior, asuntos menores (presentaciones, eventos, etc.), el peso divulgativo e intelectual en la confección de aquellos reportajes y artículos durante estos años es evidente; artículos donde lo fundamental es la documentación, la recopilación de material -con numerosas citas a figuras clave- junto a la instrucción del comensal que se encuentra además con la eclosión de nuevos restaurantes, introducción de nuevas cocinas (distintas cocinas orientales, cocina fusión, revolución verde -vegetales-, por ejemplo) y nuevos productos, y, en algunos casos, la apuesta por encartes y publicaciones específicas dedicados al cigarro puro como parte de un concepto hedonista.

Por tanto, no son revistas de “alimentación ” o sólo de “alimentación de gran calidad o gourmet”, sino que entre sus páginas hay espacio para la formación y el crecimiento intelectual de los individuos, además de la evidente incitación al consumo al que cuesta resistirse base a su presentación; este aspecto será crucial en sus últimas dos décadas de vida -años noventa y década del dos mil hasta la actualidad donde la comida seduce visualmente además de constituirse en una nueva forma de ocio por sí misma para determinados sectores de la población-. Contenidos que poseen además estilo

propio adoptado a la temática, vocabulario específico ceñido a el producto constituyendo en conjunto una especialidad periodística.

Respondiendo al punto 5, en sus apartados a y b, las publicaciones gastronómicas analizadas de manera pormenorizada representan, en primer lugar, dos grandes bloques temporales que las posiciona a uno y otro lado de la categorización propuesta; con ellas se establece también su punto de partida en la historia del periodismo español.

El primero de estos bloques temporales abarca el periodo de finales del XIX – donde se localiza el ejemplar específico más antiguo- hasta alcanzar el inicio de la Guerra Civil con su completa desaparición, salvo el caso de la revista *Menaje* (1931), que será absorbida por el bando ganador y tergiversada, literalmente asesinada temáticamente hablando: del amor por la cocina pasará a ser una revista de aleccionamiento doméstico y de género, conforme al papel asignado a la mujer como responsable del bienestar familiar, acaso única misión en este periodo, para transfigurarse en su etapa final en una publicación de corte rosa, con temáticas en torno a moda, vida social, ocio y cartelera.

Bajo este bloque temporal se encuentra el conjunto de revistas que ofrece la radiografía de la génesis y futuro desarrollo de un tipo de publicaciones que base a una temática compartida, la cocina, se dirige a dos grandes grupos de públicos bien distintos: profesionales de la cocina, y, público femenino. En ellas hay una excepción única y es la que atañe a la publicación que pretende acaparar la atención del público masculino con el ánimo de adherirle a la práctica culinaria (*Marmitón*, 1933). La única característica propia será el tono patriótico y acaparador de cuanto logro culinario haya acontecido en el mundo. Sin embargo como estilo de publicación representa un hito, una singularidad base a género que no se ha repetido en nuestro país hasta el siglo XXI y que merece destacarse.

En todas ellas, a pesar de estar basadas en el recetario, contenido ineludible, encontramos textos que incitan a la reflexión y fomentan la cultura en torno a la comida civilizada, es decir, se acercan a la divulgación gastronómica. Sin embargo su extensión o

mención será de corto recorrido, en general poco preciso, de aparición irregular, y repartida entre textos y páginas; a excepción de las publicaciones donde participa Ignacio Doménech, donde manteniéndose lo anterior, se detecta mayor grado de coherencia en comparación con la tipología y contenidos del resto de publicaciones análogas.

Estas primeras publicaciones de finales de siglo XIX y principios del XX ven en Francia el espejo en el que mirarse o al que aspirar, si bien es cierto que no todas prodigan la misma sumisión ante el poderío culinario del país vecino. Las alusiones a recetas, modos y técnicas galas serán constantes así como la inclusión de vocablos franceses en títulos, textos y recetas, al correcto comportamiento del comensal y la historia de determinados ingredientes o recetas. En este sentido cabe destacar de nuevo la labor editorial de Ignacio Doménech que formado en la escuela francesa, integra saberes, foráneos y autóctonos, enorgulleciéndose especialmente de cuantas creaciones nacionales surjan y estimulando, aconsejando e instruyendo a cocineros y cocineras de toda índole en su quehacer diario.

A partir de los años treinta del siglo XX y con la labor de las publicaciones precedentes, la cocina que se observa con detenimiento será la española, de la que se pretende perfeccionar técnica y calidad y donde se anima a reciclar alimentos; verdadera necesidad del periodo. Con el halo de pomposidad anclado en el país vecino, y sin arrinconar el pasado de la cocina tradicional, estas publicaciones no cejaran en su empeño de reclamar equiparación y respeto profesional como ocurre con otros campos profesionales y del saber. También reclamarán su ascenso cultural, es decir, superar la consideración del territorio exclusivo de la función alimenticia, y, de paso, descender de las altas esferas, es decir, con claros impulsos de democratización culinaria.

Avanzado el siglo, salubridad, nutrición y cocina de recursos fueron contenidos recurrentes durante los primeros años del siglo XX, en los que la irrupción de la Guerra Civil supone el freno para la mayoría de publicaciones. La situación política y la falta de variedad y calidad de alimentos durante los primeros años de posguerra hacen compleja su supervivencia.



El conjunto anterior ofrece un amplio abanico de periodicidades, estilos de redacción, diseños y formatos que van solapándose y coexistiendo en el tiempo. Dejando al margen la primera de todas ellas (el *Almanaque Bucólico Histórico Dulcísimo* de 1858 por responder a cuestiones publicitarias más que periodísticas), el segundo almanaque, obra de Ángel Muro publicado en 1892, supone la recopilación de recetas publicadas en prensa e incluye asimismo textos de otros autores relacionados con la prensa. Su singularidad radica en que las recetas están escritas por hombres ajenos al fogón, pues provienen del ámbito de las letras, del periodismo para ser exactos y no de la cocina. Por sus páginas pasea igualmente el rutinario desfile de santos y santas, y esa clasificación de los días del año que completan y proporcionan razón de ser al tipo de calendario de este periodo. Ambos títulos son dos rarezas que guardan relación con la prensa y el periodismo y constituyen el antecedente más cercano en cuanto a esta relación prensa-cocina-gastronomía mediante publicación específica.

Las revistas para el amplio público femenino encuentran su representación en las cabeceras tituladas *La Mesa Moderna* (1893), *La Mesa Elegante* (1904), *Menaje* (1931), *Paladar* (1933), y, a su pesar, también en la ya mencionada *Marmitón* (1933). Con ellas y su desaparición se supera el primer tercio del siglo XX. Sólo *Paladar* y *Menaje* se verán interrumpidas por la convulsión del periodo y por el estallido de la Guerra Civil. De estas dos, sólo superará el conflicto la segunda que se alejará progresivamente de la cocina para constituirse en una revista propagandística, afín al bando ganador, a través de la cual se adoctrina a la mujer. A partir de 1940 quedará bajo la dirección de la sección femenina de la Falange Española y Tradicionalista y la Junta Ofensiva Nacional-Sindicalista (FET y JONS). En esta franja temporal aparecen también las publicaciones coleccionables: partir de 1920 (*La Perfecta Cocinera*), este tipo de publicaciones de entrega periódica y espíritu coleccionable irrumpe en el mercado; modelo y precio garantizaron su éxito.

*La Mesa Moderna* (1893) dirigida por Doménech forma parte de la periodicidad y características que se exige al periodismo moderno del periodo que se estrenará en España durante el nuevo siglo, el siglo XX. Será la primera publicación periódica que finalizando el siglo XIX decide apostar por la cultura gastronómica, aludiendo a esta idea de manera abierta. La otra gran publicación para público femenino de Doménech será *La*

*mesa elegante* (1904), revista muy elaborada en cuanto a elementos periodísticos (divisiones y cintillos, subtítulos, etc.), y bastante más compleja en cuestiones de diseño: con ilustraciones y grabados de estética preciosista. Ambas revistas responderán a la fórmula de recetario, integrando perfectamente la cocina francesa y la de otros países con platos y recetas autóctonas, y en ambas, la explicación pormenorizada, el afán divulgador, con datos e informaciones de corte histórico que añaden o amplían el conocimiento del público lector; serán sus principales valores. Con estas dos publicaciones junto con la profesional *El Gorro Blanco* (1906), que inicia tan sólo dos años después de poner en marcha *La mesa elegante*, Doménech demuestra su dominio culinario y su extraordinario conocimiento.

Dirigida al público general y centrada de nuevo en la cocina francesa, *El Menú* (1904) se corresponde con ese modelo de revista regional de principios de siglo, de utilidad práctica en cuanto a contenidos, que es al final a lo que aspiran todas las publicaciones del periodo. La publicación presta atención al protocolo político de autoridades catalanas. Su mayor aportación o singularidad temática con respecto al resto de publicaciones de idéntica categoría -público no profesional- será la de haber incluido las grandes recetas de los grandes cocineros españoles junto con su firma, lo que dota de autenticidad y personalidad a la receta y al trabajo culinario.

Este reconocimiento y adhesión a la labor propia profesional tiene cabida en todas las publicaciones, pero cuenta con revistas propias. Es en la *Cocina artística y casera* (1917), editada por Pascual La Rosa Angelina y dirigida al profesional, donde se prioriza destrezas, reconocimiento e imagen del cocinero de manera destacada.

Durante la II República se publicará una pequeña revista que sin embargo será una de las que contengan mayor calidad intelectual en torno a la cocina. *Paladar* (1933) representa, a pesar de las desigualdades de formato (pequeño) y amplitud de destinatarios (pudiente y también modesto y/o familiar), el brillo de la cocina distinguida, variada, saludable y accesible en este periodo. Dirigida por Gonzalo Avello supone una importante novedad porque incorpora fotografía, a veces en color, que supone un paso evolutivo favorecido por la técnica por cuanto se presta atención al emplatado (antes ilustrados). Fue una revista coherente y bien estructurada dirigida a la

mujer a la que instruyó en materia de cocina, nutrición y protocolo. La revista empleó un lenguaje cultivado y elevado, pero accesible mediante la profusión acertada de explicaciones. Lo más relevante de esta pequeña publicación en cuanto a formato pero gigante en cuanto a contenidos, será la apuesta por la erudición culinaria más allá de la evidente receta, es decir, por lo que hoy llamamos gastronomía. *Paladar* da cuenta de avances técnicos, utensilios, consejos de uso, conservación y limpieza, y, evoluciona el editorial en este tipo de publicaciones llevándolo hacia el terreno filosófico, desarrollando conexiones entre cocina y pensamiento más allá del gusto. Supone definitivamente la evolución del contenido especializado destinado al gran público junto con la otra gran revista de estos años, *Menaje*. En *Paladar* colaborarán también firmas relevantes como la de Teodoro Bardají, Pedro Chicote o la del propio Ignacio Domènech. La nutrición tendrá protagonismo así como la educación en la mesa. En definitiva, la revista supone un salto cualitativo en cuanto a publicación culinaria se refiere y dificulta su catalogación taxativa, por cuanto se sitúa por igual entre utilidad culinaria propia del periodo y avance en la atención de contenidos gastronómicos.

Pasada la posguerra encontramos publicaciones que responden a la clasificación específica de revistas culinarias coleccionables. De entre ellas a modo de ejemplo se encuentra la enciclopedia *Paladar* (1964), puesta a la venta en forma de fascículos coleccionables, propuesta que convive con publicaciones periódicas bimensuales de cocina como *Cocina y Hogar* (1963).

Tras la paralización intelectual que supuso la dictadura se abre por tanto el segundo gran bloque de publicaciones formado por revistas gastronómicas definidas o estructuradas, con coherencia temática regular, que huyen de las restricciones o privaciones del paladar, durante años sometido a la tradición, el calendario litúrgico y la falta de espontaneidad. Este grupo representa el despegue y auge de las publicaciones gastronómicas contemporáneas, acorde con los nuevos aires de libertad democrática. Contaron además con un hecho singular que favorecerá su expansión y consolidación en los próximos años y es la aparición en escena de la Nueva Cocina Vasca y toda la evolución que en materia culinaria y gastronómica supuso este movimiento. Un conjunto de cabeceras que se divide a su vez en dos grandes franjas temporales donde este tipo de revistas aparecen con fuerza.

Una vez iniciado el proceso que nos conducirá hacia la democracia en España; con el desarrollo de la Nueva Cocina Vasca y la particular lucha de los que fueron principales gestores del movimiento por modernizar la cocina española y equiparare en cuanto a reconocimiento al resto de países que tradicionalmente habían colocado sus gastronomías en primeras posiciones; asentados en la década de finales de los años setenta; con el auge de ciertos sectores políticos, económicos y empresariales ligados a la modernización y desarrollo del país que favorece la economía nacional, comienza a trabajarse no sólo la temática gastronómica con cabeceras propias que encuentran auténtica demanda o público interesado, sino que comienza el reconocimiento de una cocina propia y singular gracias al trabajo de estos grandes cocineros vascos cuyo labor consigue que España pase de la cocina de la exaltación regional a la integración de saberes y productos de ámbito internacional, la aplicación de nuevas técnicas con el culto del producto a la cabeza y la modernización e ideación de nuevas recetas que suman, a la técnica, sabor y calidad de ingredientes, una estética estudiada para seducir; lo que producirá una auténtica ruptura con el pasado, posibilitando nuevos tiempos coquinaros dos décadas después, con la incorporación de nuevos chefs, y en concreto con la irrupción de la cocina de Ferran Adrià y la evolución culinaria que representa y que acelera el desarrollo de la cocina española durante las últimas décadas del siglo XX de manera radical para convertirla en protagonista del panorama internacional. De este recorrido se nutrirán temáticamente hablando todas estas revistas, que añaden la particular revolución del mundo del vino que en estos mismos años experimenta su más importante modernización tecnológica.

El primero de estos periodos abarca desde el nacimiento de *Club de Gourmets* (1976) hasta finales de los años ochenta, periodo fructífero para la revista gastronómica con el impulso de revistas destacada como: *Almanaque de los golosos y de las guapas* (1976), de compleja clasificación que atendió a lo político y social como a lo gastronómico; *Bouquet* (1980); *Sobremesa* (1984), *Gastronomía y Enología* (1985); *Gran Reserva* (1986); o, *Vino, Viña y Gastronomía* (1989).

El final de la década de los años setenta y como consecuencia de los nuevos aires políticos, del despegue económico, el desarrollo y especialización del comercio, nace *Club de Gourmets* (1976), revista ideada por Francisco López Canís y Fernando Jover

Ibarra. Revista que marcará el inicio de lo que será el despegue definitivo de este tipo de publicaciones hasta nuestros días. Reticente a los cambios internos y externos pero siempre a la cabeza, *Club de Gourmets* dará lugar también a los primeros encuentros especializados cuya huella, junto a la disponibilidad de grandes figuras de la cocina, derivará en los futuros congresos culinarios y el modelo de feria o salón en el que se combina la afluencia de público expositor, profesional y visitante.

De la mano de *Club de Gourmets*, viva a día de hoy, nos introducimos en la información del paladar más allá de la función nutricional. A esta revista, a la cabeza gastroperiodística de todas las que vendrán e imitarán en sus primeros años de vida hasta prácticamente finales de los ochenta salvo alguna excepción, debemos las mesas redondas sobre gastronomía, que tanto contribuyeron al impulso de la cocina y de los cocineros en nuestro país. Las mismas marcan tendencia en sus tres primeras ediciones, y su éxito y visión catapultan la ebullición de cabeceras durante los años ochenta sin duda favorecidas o animadas por el trabajo que realiza el ya citado movimiento culinario del que nace la Nueva Cocina Vasca. En esta revista colaborarán las firmas más relevantes que inauguran periodo y producto periodístico, -Luis Bettónica, Víctor de la Serna, José Carlos Capel, Gonzalo Sol, Juan Perucho, Eugenio Domingo, Nines Arenillas, José Peñín, Néstor Luján...-; algunas de ellas irán a su vez pasando por el resto de publicaciones.

Por las páginas de esta revista pasean en su primera década figuras pioneras de la cocina y el mundo del vino español que observan un panorama internacional al que quieren equipararse y del que quieren formar parte. También nace aquí la conexión entre cocina y turismo, fórmula de promoción y negocio que formará el matrimonio perfecto de crecimiento y expansión en nuestro país, “una latente marca España”. En *Club de Gourmets* se forjó en 1985 la que será revista corporativa nacional por excelencia en materia gastronómica: *Spain Gourmetour*, que quedará en manos del Instituto Nacional de Fomento de la Exportación en 1986. Exportación y turismo serán los ejes principales de esta revista de promoción nacional que hasta 2012 dirigirá Cahty Boirac. Basada en el producto nacional y la alta cocina, la calidad investigadora, el diseño, la apuesta fotográfica y una cuidada redacción serán sus principales características junto a su disponibilidad lingüística: editada en cuatro lenguas -español, inglés, francés y

alemán- se convertirá en la publicación promocional de referencia gastronómica nacional para el resto del mundo. Hoy su espíritu se mantiene vivo en formato digital: *Foods From Spain*, espacio coordinado por Rodrigo García Fernández. La propia revista *Club de Gourmets*, detectando la oportunidad del binomio gastronomía más viajes con bastante antelación, cambiará en estos primeros años de vida –no será la única vez- su mítico subtítulo: de “por una vida más grata” pasará a “revista de gastronomía y viajes” a partir de 1983.

Con *Club de Gourmets* se establecen también las principales secciones de base que hoy en día sobreviven y dan forma a las publicaciones gastronómicas, al margen de sus respectivas características, basadas principalmente en la presentación estética que busca diferenciación, el perfil consumidor del lector al que se dirige en sus contenidos de tipo tendencia, y el tratamiento informativo y estilo de redacción con que se dotan los textos.

Su primera competidora *de facto* será *Bouquet* (1980), -a pesar del título compaginó gastronomía y vino entre sus páginas en armonía-. La revista estuvo dirigida por José Peñín, quien asume el cargo del proyecto propuesto por el editor de revistas técnicas, Fermín Gallego. Será la primera revista en dirigirse al gran público desde la perspectiva de un único producto a partir del ámbito gastronómico: la bebida, y por excelencia, el vino, tan presente también en *Club de Gourmets*.

Más tarde aparecerá *Sobremesa* (1984) en cuyo proyecto participaría el periodista y escritor Rafael Chirbes. Su origen se encuentra en *Vino Selección*, nacida en 1977, especie de boletín o catálogo exclusivo para socios del club formado por Massimo Galimberti. Años más tarde se transforma *Sobremesa*, dando lugar a una publicación armónica en su conjunto donde se cuidan los contenidos al objeto de colmar las expectativas del máximo número de lectores de perfil urbanita y consumidor. La salida al mercado de *Sobremesa*, hoy dirigida por Mayte Lapresta, señala lo interesante del negocio cuyo modelo seguirán otras cabeceras de ahora en adelante. A este periodo pertenece también una revista con visión y proyección que sin embargo no prosperaría: *Gastronomía y Enología* (1985) que incluía como novedad un amplio reportaje o dossier

en cada uno de sus números ligado a la actualidad. En ella publicará, entre otros, el periodista Miquel Sen.

Una curiosidad de texto y formato de la revista gastronómica protagonizado por el conjunto anterior, nace del ámbito radiofónico que encuentra en un periódico su traslación escrita. Aunque no pertenece al grupo revista estrictamente, merece destacarse por originalidad y autoría. En *El Piripipao* (1987) se publicarán la transcripción primero, los textos originales y propios después, el contenido del que fuera programa de radio de Luis Bettónica y Máximo Fernández, ambos colaboradores en prensa y habituales en revistas gastronómicas. También será una excepción de formato la revista-periódico *Gran Reserva* (1986) que con su irrupción, inmensa vinculación a la mesa y novedades editoriales, como el uso por primera vez de papel reciclado, acelera la modificación de muchas de las cabeceras existentes, ofreciendo particulares puntos de vista bajo una estética vinculada al arte y la cultura que favorece a su vez el avance y perfeccionamiento del producto revista gastronómica en su carrera hacia ediciones más cuidadas, hacia la alta gama cuya máxima expresión estética encontramos hoy en *Apicius* (2003).

La transformación de revistas de vino desde los sectores técnico-profesional y/o comercial hacia la conversión en revista gastronómica abierta al público se produce con revistas como *Vino Selección* (1977) de largo recorrido que culmina su trayectoria en 2014 como *Vino y Gastronomía*. No será el vino el único caso de conversión de publicación. De los circuitos tecnológicos profesionales de sectores vinculados a la explotación de la restauración colectiva encontramos publicaciones como *Cocina Futuro* (2000-2014) que pertenece al segundo gran bloque de revistas que abarca desde aproximadamente los primeros años noventa hasta el fin de esta investigación, y que desde el colectivo técnico-profesional termina abarcando un público amplio interesado en la gastronomía. Estará dirigida por Gaspar Rey hasta su fallecimiento en 2011; le sustituirá Daniela Cenís hasta la desaparición de la revista en diciembre de 2014.

Del ámbito estrictamente profesional-culinario, surgirá una publicación muy particular dentro de este segundo gran bloque temporal, periodo en el que conviven y se solapan intercambiando influencias muchas de las publicaciones anteriores. Superados



los noventa, el furor creciente por la gastronomía en nuestro país alcanza también al colectivo profesional de la cocina actual, quienes organizados bajo *Eurotoques* (fundada por Juan Mari Arzak en 1994) emitirán su propio órgano de comunicación. Sus objetivos fueron en origen: promocionar todo tipo de actividades en defensa de la dignidad profesional de la figura del cocinero; la protección y garantía de la calidad de los productos que se utilizan diariamente en la alimentación impidiendo el uso de los que sean nocivos para la salud; y el diálogo con la Administración Pública para que dictaminase aquellas normas necesarias que garantizaran el acceso a productos alimentarios en condiciones óptimas. Más tarde transformado en *Papeles de Cocina* (2007) y editada por Luis Andoni Aduriz, estas inquietudes profesionales convivirán con los desafíos propios que soporta el sector centrado en la innovación, pero también con la cultura, la filosofía, la comunicación, y con las políticas que afectan al sector profesional, también con las figuras clave de la alta cocina.

Cabeceras singulares que supondrán una nueva visión acaparando la atención del resto de publicaciones también pertenecen a este segundo periodo como son, por ejemplo, *Viandar* (1999) en la que participarán Juan Carlos Ercoreca y Mikel Zeberio, publicación preocupada por el producto artesanal y la sostenibilidad, o, *Archigula* (1998), revista dirigida por Ana Lorente que estuvo centrada en su totalidad en el contenido gastronómico-literario a través de reseñas, promoción y crítica literaria; temática que ya estaba presente en algunas de las revistas anteriores como sección o recomendación de novedades.

Es a partir de finales de los noventa cuando la oferta gastrocultural en torno al vino y la cocina nacionales junto a sus protagonistas, forman parte ya de una realidad concreta y tangible de la vida española que cuenta con aficionados, adictos y cierto sector crítico centrado en las propuestas, espectacularidad y dimensiones que adquieren los chefs y sus cocinas en la actualidad. A este segundo periodo pertenecen cabeceras como *Vino, Viña y Gastronomía* (1989) cuyo origen es la tecnológica *Vino y Viña* y que terminará su vida editorial bajo el nombre de *Vino y Gastronomía* (1991); *Cocina Futuro* (2000); *Apicius* (2003); y, *Gastronautas* (2012).

Será la revista desaparecida en 2014, *Vino y Gastronomía*, la que renueve el panorama con una estética aventajada que consigue revolucionar el sector prácticamente desde su transformación. No sería del todo correcto decir que cuando cambia de nombre en 1991, continúa la labor de su título anterior pues contempla importantes cambios que se traducen en un aumento de la profesionalidad del sector de la publicación especializada en gastronomía. La revista, tan especialista en vinos como en gastronomía, será artífice del concurso la Nariz de Oro y entre sus páginas se incluirá el mítico cuaderno de cata o los monográficos especiales sobre productos. Cuando en 2003 acometa su último gran cambio de diseño, secciones, y presentación de contenidos, prácticamente todas las publicaciones reaccionarán en los próximos años, moverán ficha en esta misma línea y reestructuran algunos de sus contenidos y elementos gráficos.

Por otro lado, muchos de los grandes periodistas por no decir casi todos, participarán con sus textos en todas estas publicaciones, sobre todo durante los primeros veinte años a contar desde la irrupción de *Club de Gourmets* en 1976; tendencia común que aún hoy en día se mantiene: la figura de colaborador guarda larga tradición en este sector y en estas revistas se han pulido muchas de las firmas que hoy continúan vivas.

Por último, contenidos y función, durante este periplo pasan progresivamente de la preocupación por la instrucción y explicación protocolaria y de consumo y las características de productos bajo corte histórico y alusión regional, en los primeros años -hasta prácticamente la década de los noventa completa, en la que el vino aumenta protagonismo como parte indisoluble de la gastronomía, junto a la novedad más absoluta -estamos ante una época boyante de anuncios y estrenos de nuevos locales y restaurantes, estreno de productos y marcas, bodegas modernizadas y nuevas etiquetas, etc.-; a los contenidos de reflexión y recopilación de evolución culinaria desde un punto de vista histórico y culinario con sus influencias sociales y de negocio, a la evolución de la técnica de producción de alimentos y su conservación -también sobre nuevas técnicas estrictamente culinarias-, tendencias y prescripción de locales, productos y cocinas de los últimos tiempos donde su protagonista adquiere fama y reconocimiento. Cabe mencionar también que, cuando la actualidad así lo requiere, las publicaciones mencionarán temas de salud en su conexión con la alimentación: denuncian

adulteraciones y temas controvertidos tales como la intoxicación masiva por aceite de colza (1981).

A partir de esa década de los años noventa, principalmente, aumentan progresivamente los textos con respecto a locales y cocineros, junto a sus platos, ahora “creaciones”, y las nuevas aperturas o remodelaciones de cartas. Despega la carrera hacia el chef estrella, mediático o de culto. La adaptación de contenidos viaja parejo al avance culinario y el perfeccionamiento de la hostelería y la calidad del servicio de sala, principal preocupación de todas ellas, siempre, pero muy especialmente durante los primeros diez-doce años a contar desde la publicación de la primera de todas ellas.

En definitiva, por estas revistas pasará el recorrido histórico de la modernización y evolución de la cocina y la gastronomía experimentada en España durante los últimos cuarenta años, así como la oferta disponible para el paladar español en establecimientos públicos de las distintas décadas, la introducción de nuevos productos, adopción de modas y construcción de nuevos modelos de negocio. También sus problemas y nuevos retos como la modernización técnica de bodegas o la aparición y creciente oferta de los productos ecológicos y la preocupación por la comida del futuro. Con ellas también se transmite la gastronomía entendida como una manifestación culta de la alimentación de la que hay que disfrutar pero también saber. Sin embargo en la parte negativa se constata como el propio sector irá introduciendo, empujado por el cambio de época, hábitos y perfil de público lector y consumidor, al que se encuestaba periódicamente pidiéndole información, más datos de utilidad o servicio, de orientación al consumo y ligazón al ocio en detrimento de reportajes de fondo, característicos del primer periodo que coincide con el inicio de la efervescencia gastronómica que acontece en nuestro país en estos años, y que resurge con fuerza en la actualidad. Un auge presente sobre todo en el actual terreno digital, con la aparición de nuevos medios y firmas que consiguen capturar el interés de la sociedad por todo tipo de temas en torno a la alimentación. Llegado el nuevo siglo, aunque el terreno digital no forma parte de esta investigación, cabe destacar las alusiones que las propias publicaciones realizan con respecto a la irrupción de internet y el nuevo formato digital en sus revistas: las mismas irán sumándose, en muchos casos a su pesar, lentamente y con recelo, abriendo sus respectivos portales.

A pesar de la desaparición de algunas de estas revistas, el panorama actual presenta nuevas cabeceras soporte papel que quedan fuera de esta investigación que culmina en el año 2012. Un dato que señala el interés y la oportunidad de convivencia entre formatos (digitales y clásicos como el papel) y que hace posible que mantenga cierto optimismo. Por otro lado, la contrapartida que el público lector ha de pagar en la era de la información al segundo, de digestión voraz y exceso de datos será el acceso a textos gastronómicos cuya validez resulta en muchos casos caduca o carece del necesario estudio documental y/o conocimiento profundo y capacidad de síntesis y concisión que sí supieron transmitir buena parte de estas revistas. No obstante y en sentido positivo esa misma tendencia de trabajo basada en la actualidad atiende a la función de servicio (orientación) del periodismo que todos deseamos, de ahí que la clave de futuro deba pasar por el equilibrio de contenidos, su alcance y vigencia, pero sobre todo por el dominio temático y profesional del ejercicio del periodismo, con el que se alcanzan cotas de interés más altas que las que brinda la comodidad de permanecer alojados en la actualidad, las notas de prensa y las presentaciones de productos.

Del grueso de distintas tipologías entre revistas en función de sus destinatarios - profesionales, culinarias femeninas o de utilidad en el hogar, culinarias masculinas, y, finalmente, gastronómicas-, esta investigación da cuenta y responde de manera específica y en positivo al punto 5. b de los Objetivos de la Investigación. El origen y consolidación de la revista gastronómica propiamente dicha alcanza en España el modelo contemporáneo a partir de 1976 con la aparición de *Club de Gourmets*. Por otro lado, el análisis y examen al que han sido sometidas por parte de esta investigadora constata el perfeccionamiento progresivo de la propia especialidad temático-periodística, que ha ido aumentando en número de cabeceras desde entonces, impulsada por la propia emancipación y espectacularidad del terreno estrictamente culinario, y del reconocimiento y demanda de la temática por parte de la ciudadanía; incorporando, eliminando o corrigiendo secciones y ampliando temas. En cualquier caso, la revista gastronómica contemporánea muestra un modelo estable que sin embargo no está agotado y en el que todavía cabe la innovación.

Las treinta y una publicaciones analizadas conforman el conjunto de cabeceras significativas: aquellas que destacaron en su sector, sirvieron de inspiración y dejaron sentir su influencia en el resto de publicaciones que sucesivamente han llegado hasta nuestros días. Una vez examinadas, a pesar de estar clasificadas de manera conjunta en los lugares de custodia consultados, es decir, agrupadas como revistas de “cocina y gastronomía” y no de “cocina” o de “gastronomía”, como si de un todo en uno se tratase, entendidos ambos términos como sinónimos, esta investigadora insiste en que dichas materias, aún conectadas, presentan al tiempo inequívocas singularidades que merecen atención y reconocimiento a la hora de su estudio y clasificación. De tal modo que, como ha demostrado la investigación de manera formal e inédita, se puede establecer una categorización clara base a contenidos, cosa que puede parecer resuelta y menor pero que, como se ha visto en el capítulo correspondiente, no se contempla en la actualidad con rigurosidad. No en vano este trabajo supone el primer ejercicio académico con visión de conjunto sobre ello. Lo que enlaza directamente con los apartados 5. c del capítulo “Objetivos de la investigación”.

En base a la propuesta de división entre “publicaciones de cocina” y “publicaciones de gastronomía”, basadas en la especialización temática y no en cuestiones de género –femenino-, y/o consumo y estilo de vida-, y/o cocina, como ha venido siendo habitual, esta investigadora señala que se podría establecer una división, categórica-formal de cara a su estudio por parte de investigadores, organismos e instituciones que ofrecen datos de interés periodístico y editorial, que reflejara sus diferencias y verdadera especialización, vinculada al ámbito de la “divulgación”, la “cultura”, y el “pensamiento”, y no basada en su coincidencia más evidente, la cocina y la promoción de consumos fuera del hogar. También es posible el perfeccionamiento que todavía debe experimentar este tipo de publicaciones, así como la aparición de nuevas cabeceras que contribuyan a la difusión de la propia especialización periodística. Acotado el campo de trabajo y con una clasificación más precisa, los posibles datos y conclusiones de las investigaciones a las que puedan dar lugar, serían más concisos y por tanto útiles, lo que favorecería en el futuro la toma de decisiones editoriales. Se produciría un avance sustancial en cuanto a especialización periodística, dado que la versatilidad y profundidad de contenidos a que pueden dar lugar las revistas

gastronómicas, como ha quedado demostrado, no encajan con el genérico “cocina”, así como el genérico “cocina” representa tan sólo una parte del concepto total de las características que encierra el término “gastronomía”. Un avance que desterraría las que hasta ahora han sido fórmulas tradicionales de valoración como las ofrecidas por organismos que miden resultados de medios: “cocina-gastronomía” (mezcolanza sin distinción) y “estilos de vida o consumo” (enfoque superficial), ésta última cercana además al tipo “publicaciones femeninas” y “publicaciones masculinas” (vinculación de género) que hoy en día en cuanto a contenidos en este terreno gastronómico carece de sentido. A juicio de esta investigadora, a la hora de estudiar, clasificar o catalogar se debe dejar esta última categoría denominada “estilos de vida” y/o “tendencias” para aquellas publicaciones que a pesar de tener cocina y/o gastronomía entre sus páginas, las mismas representan un tema más entre el grueso total de temas que abordan este tipo de publicaciones. De este modo, las publicaciones se ceñirían a sus contenidos reales con una descripción unívoca a todos los niveles: analítico, divulgativo y comercial. Las mismas con frecuencia presentan estos temas bajo fórmulas triviales y/o de consumo-ocio que carecen de la visión gastronómica aquí defendida, pues su misión principal es el ocio, la promoción, venta y entretenimiento o diversión, y no la formación, cultura, trascendencia y toma de conciencia sobre la alimentación placentera. Publicaciones que toman el alimento y lo observan más allá de la función nutricional a través de los géneros periodísticos, y que tienen mucho que ver con la divulgación cultural y el desarrollo intelectual de los individuos, a los que también informan, sin que por ello tengamos que considerar las revistas de cocina una publicación de categoría inferior.

Por último, uno de los objetivos fijados -punto 6 de los Objetivos de la investigación- era verificar la importancia o posibilidades del producto revista especializada en gastronomía como vehículo para instruir y formar, alejando así el término gastronomía de fenómenos publicitarios, comerciales, pasajeros y/o de moda. Respuesta a la que debemos responder en positivo pues como ha quedado demostrado, a pesar de que en la actualidad la práctica totalidad de ellas ha cedido terreno a tendencias, modas y tentaciones propuestas por anunciantes sin que siempre esté justificado, continúan guardando la filosofía que las motivó y contienen material suficiente -no siempre bien ordenado ni presentado- para que así sean consideradas.

La revista gastronómica es un producto periodístico seductor, en expansión, capaz de educar y divulgar cultura, y con muchas probabilidades de captar la atención de nuevos lectores, a pesar de la complejidad económica y periodística de los tiempos actuales. El año 2012 pone fin al periodo investigado, pero conviene cerrar estas conclusiones mencionando que desde entonces nuestro país ha ido engrosando el número de cabeceras gastronómicas que han conseguido conectar y adherir a las nuevas generaciones hacia estos contenidos, ofreciendo una imagen fresca y accesible sobre la gastronomía alejada de la exclusividad de antaño. Un hecho que debería aprovecharse no sólo para la supervivencia del papel y estas revistas, por sus posibilidades de contribución económica al país, sino también para ofrecer y transmitir, con transparencia y mayor profusión, información de calidad, al objeto de aumentar su demanda. Queda mucho trabajo por hacer pues no es sólo cuestión de incorporar nuevos títulos sino de garantizar la supervivencia de los actuales y los equipos humanos que los forman. De comenzar a trabajar en firme y de manera específica y ordenada el concepto de hecho cultural que representa la comida, también desde el propio seno de la universidad y las ciencias sociales –no sólo desde las meramente gastronómicas y económicas-, donde el periodismo tiene tanto que aportar, el interés y demanda sobre este tipo de estudios y publicaciones se incrementará, con todos los beneficios que proporcionaría a la sociedad.

La complejidad actual, el mundo globalizado, la lluvia constante de datos no siempre fiables o contrastados, los intereses cruzados, el escaparate web, etc., precisan más que nunca de organización y contexto, también dentro de la universidad, y también desde el propio ejercicio del periodismo, que es precisamente lo que se ha abandonado en pos de la recomendación y el consumo. Sólo a través de la observación completa de las conexiones culturales e intelectuales que se establecen en torno a la gastronomía, con la propuesta y exposición de temas que contribuyan a que la población permanezca informada, adquiera cultura, formación y afición en materia gastronómica, conseguiremos dar sentido a una verdadera cultura gastronómica, acorde con la grandeza gastronómica del país. Conseguiremos que la ciudadanía aprenda a comer, beber y comprar mejor, tanto en casa como fuera de ella, sabiendo todo lo que debe saber sobre el alimento, independientemente de si procede de la alta cocina, del local de



moda o de un mercado. No se trata tanto de promocionar o denunciar como de ofrecer información, orientación y formación, de señalar lo relevante donde también caben entretenimiento, placer y diversión, y por supuesto, de realizar siempre crítica constructiva sobre los actores implicados para aumentar nuestro propio nivel de competitividad; para ser mejores en lo periodístico y editorial. También en la universidad apostando por la investigación, el fomento de cursos y centros especializados.



## REFERENCIAS

Acosta, Y. (2007), 'La información agraria en España. Desde sus orígenes a la agenda 2.000', Universidad Complutense de Madrid.

Acosta, Y. (2010), *Historia de la Información Agraria. Desde el siglo XVIII hasta la agenda 2.000*, Servicio de Publicaciones del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Madrid.

Acosta, Y. (2010). 'Twitter y la información gastronómica', *Revistas Latina de Comunicación Social*, consultado: 24-03-2013, [http://www.revistalatinacs.org/10SLCS/actas\\_2010/001Yanet.pdf](http://www.revistalatinacs.org/10SLCS/actas_2010/001Yanet.pdf)

Acosta, Y. (2011), 'La gastronomía como elemento comunicativo en los personajes de las novelas de Isabel Allende', *Fonseca Journal of Communication*, consulta: 05-02-2014, [http://fjc.usal.es/images/stories/fonseca/documents/articles/la\\_gastronomia\\_como\\_elemento\\_comunicativo\\_en\\_los\\_personajes\\_de\\_las\\_novelas\\_de\\_isabel\\_allende.pdf](http://fjc.usal.es/images/stories/fonseca/documents/articles/la_gastronomia_como_elemento_comunicativo_en_los_personajes_de_las_novelas_de_isabel_allende.pdf)

Acosta, Y. (2012), 'El periodismo gastronómico. De las recetas a las portadas de los periódicos. Análisis del anuncio del cierre temporal de Elbulli en los principales diarios', *Prensa y Periodismo Especializado*, vol. 5, pp. 447-458.

Acosta, Y. (2012), 'Periodismo gastronómico, ¿moda o realidad?', *Siete Caníbales*, 13 de enero, consultado: 25-05-2015, <http://www.7canibales.com/el-periodismo-gastronomico-moda-o-realidad/>

Aguirregoitia, A. y Fernández, M<sup>a</sup>D. (2015), 'La gastronomía en la prensa española del siglo XIX'. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 21, pp. 17-33.

AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación), [Página web], múltiples consultas, <http://www.aimc.es/>

A.L. (1972), 'El vino de Rioja también se exporta', *Cambio 16*, número 36, 24 de julio, p. 15.

Al-Cain (1976) [en línea], *El País*, Recopilación de críticas gastronómicas, consultado: 06-10-2014, [http://elpais.com/autor/al\\_cain/a/](http://elpais.com/autor/al_cain/a/)

Al-Cain (1977) [en línea], *El País*, Recopilación de críticas gastronómicas, consultado: 06-10-2014, [http://elpais.com/autor/al\\_cain/a/](http://elpais.com/autor/al_cain/a/)

Allen, G. y Albala, K. (2007), *The Business of Food: Encyclopedia of the Food and Drink Industries* [en línea], Greenwood Press, London, consultado: 30-01-2015, [https://books.google.es/books?id=gNzmOUyiFRAC&pg=PA392&lpg=PA392&dq=the+business+of+food+encyclopedia+of+the+food+and+drink+industries+pdf&source=bl&ots=VvJShnNv9v&sig=TmY\\_tv0lKuP2gu9rwsSivQLkuUo&hl=es&sa=X&ei=dHjLVJTZFcztUsnggbAP&ved=0CCsQ6AEwAg#v=onepage&q=the%20business%20of%20food%20encyclopedia%20of%20the%20food%20and%20drink%20industries%20pdf&f=false](https://books.google.es/books?id=gNzmOUyiFRAC&pg=PA392&lpg=PA392&dq=the+business+of+food+encyclopedia+of+the+food+and+drink+industries+pdf&source=bl&ots=VvJShnNv9v&sig=TmY_tv0lKuP2gu9rwsSivQLkuUo&hl=es&sa=X&ei=dHjLVJTZFcztUsnggbAP&ved=0CCsQ6AEwAg#v=onepage&q=the%20business%20of%20food%20encyclopedia%20of%20the%20food%20and%20drink%20industries%20pdf&f=false)

Allende, I. (2009), *Afrodita. Cuentos, recetas y otros afrodisíacos*, Editorial Randon House Mondadori, Colección DeBolsillo, Barcelona.

Almodóvar, M.A. (2003), *El hambre en España*, Editorial Oberon, Grupo Anaya, Madrid.

Álvarez, C., [Página web], 'Dos huracanes que cambiaron la gastronomía', *Lo mejor de la gastronomía*, consultado: 01-09-2014, <http://www.lomejordelagastronomia.com/en/firmas/dos-huracanes-que-cambiaron-la-cocina-espanola>

Amar, J.P. (2000), *El fotoperiodismo*, Editorial La Marca, Argentina.

Amorós, A (2014), 'Néstor Luján, catalán y taurino' [en línea], *ABC*, 24 de abril, consultado: 01-12-2014, <http://kioskoymas.abc.es/noticias/opinion-la-tercera/20140424/abcp-nestor-lujan-catalan-taurino-20140424.html>

Antena 3 (s.f.), [Página web], Programa Objetivo bienestar, consulta 06-10-2014, <http://www.antena3.com/programas/espejo-publico/objetivo-bienestar/>

Ansón, R. (1992), 'El boom de las revistas gastronómicas', *Cuenta y Razón del Pensamiento Actual*. Septiembre-octubre, pp. 119-121.

Arenós, P. (2011), *La cocina de los valientes*, Ediciones B, Barcelona.

Arenós, P. (2014), 'La Pedrera' [en línea], *El Periódico de Cataluña*, 25 de septiembre, consultado: 16-10-2014, <http://rdp.elperiodico.com/restaurante/la-pedrera/>

Armendariz, M. (2013), *Focus on food photography*, Focal Press, Burlington, Massachusetts, EEUU.

Armentia, JI y Caminos, J.M. (2009), *Redacción informativa en prensa*. Ariel Comunicación, Barcelona.

Ayala, M<sup>a</sup>A (1993), *Las colecciones costumbristas 1870-1885*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Alicante.

Azcoytia, C. (s.f.), “Grimod de la Reynière”, Historia de Cocina [Página web], última consulta: 25-04-2016, <http://www.historiacocina.com/gourmets/reyniere/index.html>.

Berrocal, S., Redondo, M. y Campos, E. (2012), ‘Una aproximación al estudio del infoentretenimiento en Internet: origen, desarrollo y perspectivas futuras’, *Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº4, p. 63, consultado: 01-06-2015, <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/53439/69-118-1-PB.pdf?sequence=1>

Biblioteca Duque de Ahumada, Real Academia de Gastronomía [Página web], múltiples consultas, [http://www.realacademiadegastronomia.com/duque\\_ahumada.htm](http://www.realacademiadegastronomia.com/duque_ahumada.htm)

Blázquez, A. (1985), *Diccionario Latino-Español* (tomo I), Editorial Ramón Sopena, Barcelona.

Blesa, R. (2014), ‘La liturgia del Simpson’ [en línea], *El País*, 6 de septiembre, consultado: 25-09-2014, [http://ccaa.elpais.com/ccaa/2014/09/05/catalunya/1409946542\\_531066.html](http://ccaa.elpais.com/ccaa/2014/09/05/catalunya/1409946542_531066.html)

Bourdieu, P. (2012), *La Distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Editorial Taurus, Madrid.

Brillat-Savarin, J.A. (1826), *Fisiología del Gusto*, edición de 2012, Ediciones Trea, Asturias.

Brillat-Savarin J.A. (1869), *Fisiología del gusto o Meditaciones de gastronomía trascendental*, facsímil, Trad. Conde de Rodalquilar, 2010, Editorial Maxtor, Valladolid.

Caballo, D., (coord.), (2003), *Fotoperiodismo y edición. Historia y límites jurídicos*, Editorial Universitas, Madrid.

Cabello, F. (1999), *El mercado de revistas en España*, Ariel Comunicación, Barcelona.

Camacho, I., (coord.), (2009), *La especialización en el periodismo: formarse para informar*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Zamora.

Canal Cocina (2014) [Página web], “Corporación” e “Historia”, consulta: 10-10-2014, <http://canalcocina.es>

Canal Viajar [Página web], múltiples consultas, <http://canalviajar.com/>

Cancelo, A. (2013), ‘Presentación de la revista’, *Divagaciones del paladar* [Blog], 11-02-2013, consulta: 24-09-2015, <http://divagacionesdelpaladar.blogspot.com.es/2013/02/presentacion-de-la-revista.html>

- Casa de los Capitanes (2011), *Fotografía gastronómica. Del bodegón al porn food*, [Catálogo], La Laguna (Tenerife). Acosta, Y. (comisaria), ISBN: 978-84-938428-6-4.
- Casals, M<sup>a</sup>J. (2005), *Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística*, Editorial Fragua, Madrid
- Casares, J. (2007), *Diccionario ideológico de la lengua española*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona.
- Castillo, O. y González, E. (2007), 'La gastronomía: una mirada transversal y un conocimiento transdisciplinario'. I Congreso Internacional de Gastronomía de la Universidad Metropolitana de Caracas, días 7 y 8 de marzo, Venezuela.
- Coquillat, D (2014), "Los mejores cocineros de España en las Redes Sociales" [en línea], *Social Media Restauranting*, 14-10-2014, consultado: 16-10-2014, <http://www.diegocoquillat.com/los-mejores-cocineros-en-redes-sociales-de-espana-en-2014-3t2014/>
- Cordón, F. (2009), *Cocinar hizo al hombre*, Editorial Tusquets, Colección Los 5 Sentidos, Barcelona.
- Corominas, J. (2006), *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*, Editorial Gredos, Madrid.
- Corominas, J. y Pascual, J.A. (2007), *Diccionario crítico etimológico castellano e hispánico*. Editorial Gredos, Madrid.
- Correa, E. (1964), *Costumbristas españoles*. Tomo I. Introducción al estudio del costumbrismo español, Editorial Aguilar, Madrid.
- Cruz, J. (2002), *Teoría elemental de la gastronomía*, Eunsa, Navarra.
- CSIC (Centro de Ciencias Humanas y Sociales del CSIC) [Página web], Fichas Personales, "Carmen Simón", consulta: 15-11-2013, <http://www.cchs.csic.es/es/ficha1?apellido=Sim%C3%B3n%20Palmer&nombre=M%C2%AA%20Carmen>
- Cunqueiro, A. (2011), *La cocina cristiana de Occidente*, Tusquets, Col. Fábula, Barcelona.
- Dader, J.L. (1997), *Periodismo de precisión. Vía socioinformática de descubrir noticias*, Editorial Síntesis, Madrid.
- Dader, J.L. (2007), 'Del periodista pasible, la obviedad informativa y otras confusiones en el Estanco de Noticias', *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 13, pp. 31-53.

- Diezhandino, M.P. (1994), *Periodismo de servicio*, Editorial Bosch, Comunicación, Barcelona.
- Douglas, M. (1998), *Estilos de pensar*, Editorial Gedisa, Col. Antropología, Barcelona.
- Doménech, I. (2011), *Cocina de recursos. Deseo mi comida*, Ediciones Trea, Asturias.
- Domingo, X. (1980), *Cuando sólo nos queda la comida*, Tusquest, Colección Los 5 sentidos, Madrid.
- Domingo, X. (1976), "Los golosos y las guapas, [en línea], El País, 4-12-1976, consultado: 28-08-2015, [http://elpais.com/diario/1976/12/04/opinion/218502004\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1976/12/04/opinion/218502004_850215.html)
- Douglas, M. (1998), *Estilos de pensar*, Ed. Gedisa, Col. Antropología, Barcelona.
- Echeverría, B. (2002), *Las w's de la entrevista*, Editorial Universidad Fundación San Pablo, Madrid.
- Edo, C. (1999), 'Las revistas e Internet como soportes del periodismo especializado y la divulgación'. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 5, pp. 77-96.
- Escobar, J. 'La crítica del costumbrismo en el XIX', [Página web], consultado: 26-09-2014, [http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/la-critica-del-costumbrismo-en-el-xix-0/html/0070bfb8-82b2-11df-acc7-002185ce6064\\_3.html](http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/la-critica-del-costumbrismo-en-el-xix-0/html/0070bfb8-82b2-11df-acc7-002185ce6064_3.html)
- Espada, A. (2005), *Notas para una biografía de Josep Pla*, Editorial Omega, Colección Vidas Literarias, Barcelona.
- Esteve, F. y Moncholi, M.A., (eds.), (2007), *Teoría y Técnicas del Periodismo Especializado*, Editorial Fragua, Madrid.
- Fernández-Armesto, F. (2001), *Historia de la comida. Alimentos, cocina y civilización*, Tusquets, Colección Los 5 Sentidos, Barcelona.
- Fernández del Moral, J. (1983), *Modelos de comunicación científica para una información periodística especializada*, Editorial Dossat, Madrid.
- Fernández del Moral, J. y Esteve, F. (1993), *Fundamentos de la información periodística especializada*, Editorial Síntesis, Madrid.
- Fernández del Moral, J., (coord.), (2004), *Periodismo Especializado*, Ariel Comunicación, Barcelona.
- Ferré, C., (ed.), (2013), *Infoentretenimiento. El formato imparable de la era del espectáculo*, Editorial UOC, Barcelona.



- Fizsman, S. (2010), 'Comer: una experiencia sensorial compleja', *Sociedad Española de Bioquímica y Biología Molecular*, número 166, diciembre, pp. 16-19.
- Flandrin, J.L. y Montanari, M. (2011), *Historia de la Alimentación*, Ediciones Trea, Asturias.
- Forneas, M.C. (2005), 'El artículo de costumbres: crónica, crítica, literatura y periodismo', *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 11, pp. 293-308.
- "Fotografía gastronómica" (s.f.) [en línea], El Glotón [Blog], consulta 08-06-2015, <http://elgloton.com/de-comida-fotografia-e-historia/>
- Fuentes, J.F. y Fernández, J. (1998), *Historia del periodismo español. Prensa, política y opinión pública en la España Contemporánea*, Editorial Síntesis, Madrid.
- Fuster, F. (2014), 'Las salsas y las letras', [en línea], *Revista de Libros*, segunda época, 22 de febrero, última consulta 22 de abril de 2016, <http://www.revistadelibros.com/resenas/las-salsas-y-las-letras>
- Garbisu, M. (2014), *Revistas*, Centro de Estudios Económicos, Madrid.
- Garrido, B. (2012), 'La cocina y la experiencia culinaria como proceso artístico y creativo', *Creatividad y Sociedad*, nº 19, pp. 1-38.
- Gil, M<sup>a</sup> E., Matallana M<sup>a</sup> C., y Torija, M<sup>a</sup> E. (2010), 'Los alimentos manchegos en las obras de Cervantes', *Cuadernos de Estudios Manchegos*, número 35, consultado: 03-09-2014, [http://www.uclm.es/Ceclm/b\\_virtual/revistas/CEM/cecm2\\_35.htm](http://www.uclm.es/Ceclm/b_virtual/revistas/CEM/cecm2_35.htm)
- Gómez de Silva, G. (1996), *Breve diccionario etimológico de la lengua española*, Fondo de Cultura Económica, México.
- González, D. (2014), "Un viaje por las cuatro cocinas consideradas patrimonio inmaterial de la humanidad" [en línea], *Diario 20Minutos*, 07-04-2014, consultado: 26-05-2015, <http://www.20minutos.es/noticia/2102700/0/gastronomia/patrimonio-inmaterial-de-la-humanidad/dieta-mediterranea/>
- Goody, J. (1995), *Cocina, cuisine y clase*, Editorial Gedisa, Col. Antropología, Barcelona.
- Grande, F. (1983), "El progreso de la ciencia de la nutrición" [en línea], *El País*, 08-06-1983, consulta: 23-07-2015, [http://elpais.com/diario/1983/06/08/sociedad/423871203\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1983/06/08/sociedad/423871203_850215.html)
- Habermas, J. (1998), *Facticidad y validez*, Trotta Editorial, Madrid.

Hamilton, R. y Todoli, V. (2009), *Comida para pensar, pensar sobre el comer*, Editorial Actar, Barcelona.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2003), *Metodología de la investigación*, McGraw Hill, México.

Herreros, I. (2011), *La cocina de la República*, Reino de Cordelia, Madrid.

Hogar Útil, “Enrique Fleishmann” [Página web], consulta: 03-10-2014, <http://www.hogarutil.com/cocina/programas-television/navidades-con-eva-y-enrique.html>

Hualde, M. (2013), “Los programas de cocina más célebres de la televisión española” [en línea], *Actualidad gastronómica*, 06-10-2013, consulta: 08-10-2014, <http://actualidadgastronomica.es/los-programas-de-cocina-mas-celebres-de-la-television-espanola/>

Huerta, R. (2014), “Cocineros en las redes sociales, ¿quién es el número uno?” [en línea], *Zoom News*, 28-08-2014, consulta: 09-09-2014, [http://www.zoomnews.es/372152/estilo-vida/gastro/cocineros-internet-quien-es-numero-uno?cx\\_source=sug](http://www.zoomnews.es/372152/estilo-vida/gastro/cocineros-internet-quien-es-numero-uno?cx_source=sug)

Ibáñez, F. y Barcina, Y. (2001), *El análisis sensorial: métodos y aplicaciones*, [en línea], Barcelona, Editorial Springer-Verlag Ibérica, consultado: 12-05-2015, <https://books.google.es/books?id=wiSulMouZ-UC&printsec=frontcover&dq=El+an%C3%A1lisis+sensorial:+m%C3%A9todos+y+aplicaciones+Editorial+Springer-Verlag+Ib%C3%A9rica,+Barcelona+2000&hl=es&sa=X&ei=K9JRVeQAcGuU7zOgJgL&ved=0CCkQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false>

Información, La (2010), “Ana Rosa Quintana se mete en la cocina” [en línea], 04-09-2010, consulta: 06-10-2014, [http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/empresas/ana-rosa-quintana-se-metiera-en-la-cocina-en-la-nueva-temporada-que-arranca-lunes\\_VYVbch5n4iry0wmHHzUAf1/](http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/empresas/ana-rosa-quintana-se-metiera-en-la-cocina-en-la-nueva-temporada-que-arranca-lunes_VYVbch5n4iry0wmHHzUAf1/)

Intro (OJD) [Página web], <http://www.introl.es/>

Jamie Oliver [Página web], [www.jamieoliver.com](http://www.jamieoliver.com)

Jefrey, I. (2009), *Cómo leer la fotografía*, Editorial Electa, Random House Mondadori, Barcelona.

Jouary, J.P. (2012), *Ferran Adrià, ¿cocinero o artista? Un filósofo en el Bulli*, Alianza Editorial, Madrid.

- Kapuscinsky, R. (2014), *El mundo de hoy*, Anagrama, Barcelona.
- Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo*, Santillana, Ediciones El País, Madrid.
- Larousse (2011), *Larousse Gastronomique*, Edición en Español. Editorial Larousse, Barcelona.
- Larousse (2004), *Grand Diccionario Español-Francés*, Spes Editorial, Barcelona.
- Lévi-Strauss, C. (1968), *Lo crudo y lo cocido. Mitológicas 1*, Serie Mitológicas, Fondo de Cultura Económica, México.
- Llano, R. (2008), *La especialización periodística*, Editorial Tecnos, Madrid.
- Llano, R. (2012), *Revistas culturales y de consumo. Del boom de las revistas de pago en España a los diarios de información para consumidores*, Editorial Fragua, Madrid.
- Losada, A. y Esteve, F., (eds.), (2003), *Periodismo de fuente*. Salamanca, Servicio de Publicaciones de la Universidad Pontificia de Salamanca.
- Luján, N. (1981) "Un vacío para dos literaturas" [en línea], *El País*, 06-03-1981, consulta: 01-12-2014, [http://elpais.com/diario/1981/03/06/cultura/352681202\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1981/03/06/cultura/352681202_850215.html)
- Luján, N. (1982), *Carnet de ruta. Las recetas de Pickwick*, reedición 1998, Editorial Tusquest, Colección Los 5 Sentidos, Barcelona.
- Luján, N. (1987), "Toros y gastronomía" [en línea], *El País*, 21-05-1987, consulta: 01-12-2014, [http://elpais.com/diario/1987/05/21/cultura/548546407\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1987/05/21/cultura/548546407_850215.html)
- Macías, A., (2010), "Vamos a la mesa", *Carta de Ajuste* [Blog], consulta: 03-12-2014, <http://carta-de-ajuste.blogspot.com.es/2010/03/vamos-la-mesa.html>
- Mann, T. (2012), *La montaña mágica*, Edhasa, Pocket, 6ª Edición, Barcelona.
- Martínez, J.L. (2007), *Curso general de redacción periodística*, Thompson Editores, Madrid.
- Mayoral, F.J., (dir.), (2009), *El uso periodístico de las fuentes en radio y televisión*, Universidad Camilo José Cela, Serie Comunicación, Madrid.
- Mayoral, F.J. (2012), 'Enlazando que es gerundio', *Escritura Periodística* [Blog], 25-04-2012, consulta: 26-04-2014, <http://escrituraperiodistica.blogspot.com.es/2012/04/enlazando-que-es-gerundio.html>
- McLuhan, M. (2009), *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*, Paidós Bolsillo, Barcelona.

Mead, M. (1954), *Cultural patterns and technical change. Tensions and Technology* [en línea], UNESCO, París, consultado: 07-03-2015, <http://unesdoc.unesco.org/images/0000/000036/003618eo.pdf>

Mercado del Vino (2014), “La revista Vino+Gastronomía desaparece definitivamente” [en línea], 30-12-2014, consulta: 18-05-2015, <http://www.mercadosdelvino.com/la-revista-vinogastronomia-desaparece-definitivamente/>

Merino, J. (2010), ‘La Rebelión de los robots-cocineros’. *Club de Gourmets.*, número 409, p. 98.

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2014) [Página web], “Isabel García Tejerina: Nuestra oferta gastronómica aporta valores clave como creatividad, innovación, calidad y variedad”, 29-07-2014, consultado: 03-08-2014, <http://www.magrama.gob.es/es/prensa/noticias/isabel-garc%C3%ADa-tejerina-nuestra-oferta-gastron%C3%B3mica-aporta-valores-clave-como-creatividad-innovaci%C3%B3n-calidad-y-variedad/tcm7-338413-16>

Ministerio de Sanidad, Asuntos Sociales e Igualdad (s.f.) [Página web], “Estudio de prevalencia de la obesidad infantil (Alimentación, Actividad física, Desarrollo Infantil y Obesidad (ALADINO)”, consultado: 01-10-2014, <http://www.naos.aesan.msssi.gob.es/naos/investigacion/aladino/>

Moliner, M. (2007), *Diccionario del uso español*, Editorial Gredos, Madrid.

Montarnari, M. (2006), *La comida como cultura*, Trad. del italiano de Silvia Blanco Flecha), Ediciones Trea, Asturias.

Murcia, J.L. (1993), ‘Análisis Estructural de la Información especializada en contenidos agroalimentarios’. Universidad Complutense de Madrid.

Nuño, J. (2012), “La cachaza”, *Sobremesa* [en línea], 19 -06-2012, consulta: 14-02-2014, <http://sobremesa.es/not/253/cachaza>

Nieto, M. (1991), “Elena Santonja acusa a TVE de suspender su programa por negarse a anunciar productos” [en línea], *El País*, 15-09-1991, consulta: 03-10-2014, [http://elpais.com/diario/1991/09/15/radiotv/684885604\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1991/09/15/radiotv/684885604_850215.html)

OJD [Página web], Dossier Normas técnicas de control de publicaciones p.3 [en línea], Oficina de Justificación de la Difusión, 20-03-2010, consulta 09-03-2012, <http://www.ojd.es/files/264-3-archivo/NORMAS%20TECNICAS%20DE%20CONTROL%20DE%20REVISTAS%20marzo10.pdf>

Oliva, M. (2013), 'El acto de comer en el arte. Del Eat Art a Ferran Adrià en la Documenta 12'. Universidad Complutense de Madrid.

Onda Cero, (2012) [Página web], "Onda Agraria, una referencia del sector primario", 06-12-2012, consulta: 17-10-2014, [http://www.ondacero.es/onda-agraria/programa/onda-agraria-referencia-sector-primario\\_2012090500114.html](http://www.ondacero.es/onda-agraria/programa/onda-agraria-referencia-sector-primario_2012090500114.html)

Orihuela, J.L. (2012), *80 claves sobre el periodismo del futuro*, Ediciones Anaya Multimedia, Madrid.

Ossorio y Gallardo, C. y Ossorio y Gallardo, A. (1891), *Manual del perfecto periodista*, La España Editorial, Madrid.

País, El (1976), "Pedro Barceló" [en línea], 02-11-1976, consulta: 25-04-2012, Disponible en: [http://elpais.com/diario/1976/11/02/sociedad/215737214\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1976/11/02/sociedad/215737214_850215.html)

País, El (1980), "Paul Bocuse divulga, en español "el secreto" de su cocina" [en línea], 24-01-1980, consulta: 14-05-2012, [http://elpais.com/diario/1980/01/24/ultima/317516404\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1980/01/24/ultima/317516404_850215.html)

País, El (1983), "Víctor de la Serna, escritor y periodista" [en línea], 31-01-1983., consulta: 01-12-2014, [http://elpais.com/diario/1983/01/31/agenda/412815601\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1983/01/31/agenda/412815601_850215.html)

País, El (2014) "Las seis claves de la remodelación de la web El País" [en línea], 01-10-2014, consulta: 22-10-2014 [http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2014/10/01/actualidad/1412134388\\_262059.html](http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2014/10/01/actualidad/1412134388_262059.html)

País, El (2014), "Alberto Caño asume la dirección de El País" [en línea], 03-05-2014, consulta: 18-05-2015, [http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/05/03/actualidad/1399141592\\_255426.html](http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/05/03/actualidad/1399141592_255426.html)

Palomo, P., et. al (1997), *Movimientos literarios y periodismo en España*, Síntesis, Madrid.

Parlamento Europeo (2014), [Página web], "Informe de Iniciativa del Parlamento Europeo sobre el Patrimonio Gastronómico Europeo: Aspectos Culturales y Educativos", 18-02-2014, consulta: 03-08-2014, <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A7-2014-0127+0+DOC+PDF+V0//ES>. [Consulta 03-08-2014].

Pascual, R. (2007), 'Sobre los sentidos en la cocina (para) literarios de Álvaro Cunqueiro', *Revista de Filología Románica*, Anejo V. CD Jóvenes investigadores. Los sentidos y sus escrituras, pp. 268-279, consultado 18-11-2014, <http://revistas.ucm.es/index.php/RFRM/article/view/RFRM0707330268A/9732>

- Pedroche, J. (1985), 'Análisis y Bases para un nuevo periodismo agrario en España'. Universidad Complutense de Madrid.
- Perea, J. (2000), 'Los géneros fotográficos', *Universo Fotográfico*, número 2, consulta: 23-07-2015, <http://goo.gl/qua8Fg>
- Pérez, J. (2006), *Crítica de la razón gastronómica*, Global Rhythm Press, Barcelona.
- Pérez, J. (2014), *El mono gastronómico. Ensayos de arte y gastronomía*. Trea, Asturias.
- Pérez, J y Capel, J.C. (2006), *Fashion Food. Diccionario gastronómico del siglo XXI*, Santillana, El País Aguilar, Madrid.
- Perucho, J. (s.f.), "Libro de la cocina española" [en línea], *Centro Virtual Cervantes*, consulta: 16-04-2012, [http://cvc.cervantes.es/literatura/escritores/perucho/resenas/libro\\_cocina.htm](http://cvc.cervantes.es/literatura/escritores/perucho/resenas/libro_cocina.htm)
- Petrini, C. (2007), *Bueno, limpio y justo*, Ediciones Polifemo, Colección Carpe Diem, Madrid.
- Photo-Museum (Museo Niépce) [Página web], múltiples consultas, <http://www.photo-museum.org/es/>
- Photo-Museum (Museo Niépce) [Página web], última consulta: 07-06-2015, <http://www.photo-museum.org/es/catalogue-oeuvres-niepce/>. [Última consulta 07-06-2015].
- Pla, J. (1997), *Lo que hemos comido*, Ediciones Destino, Colección Áncora y Delfín, Barcelona.
- Pla, J. (2005), *Lo que hemos comido*, Editorial Destino, Barcelona.
- Pujol, X. (2010), "Entrevista a Hervé This" [en línea], *Revista Sociedad Española de Bioquímica y Biología Molecular*, diciembre de 2010, consultado: 10-06-2015, <http://www.sebbm.com/pdf/166/e166.pdf>
- 'Quién es quién. La crítica gastronómica en España' (1980), *Club de Gourmets*, número 45-46, enero/febrero, p. 47.
- Radio Recetas [Página web], "Recetas culinarias de Gonzalo Avello: Conejo Bruxelloise", última consulta 26-04-2016, <http://www.radiorecetas.com/recetas-y-radiorecetas/recetas-culinarias-por-gonzalo-avello/130-conejo-bruxelloise.html>
- Radio Recetas [Página web], "Recetas culinarias de Gonzalo Avello: Migas", última consulta 26-04-2016, <http://www.radiorecetas.com/recetas-y-radiorecetas/recetas-culinarias-por-gonzalo-avello/126-migas.html>

- Real Academia Española (2001), *Diccionario de la lengua española*, RAE, Madrid.
- Real Academia de Gastronomía, Relación de Académicos, [Página web], consulta 15-11-2013, Disponible en <http://www.realacademiadegastronomia.com/academicos.php>
- Real Academia de Gastronomía, Diccionario de Términos Gastronómicos [Página web], múltiples consultas, <http://terminosgastronomicos.com/>
- Regard, M y Landis, T. (1997), "Gourmand Syndrome" [en línea] *American Academy of Neurology*, vol. 48, número 5 de mayo de 1997, consulta: 23-04-2012, <http://www.neurology.org/content/48/5/1185>
- Rivas, J.M. (2003), 'El papel de la información de consumo en la restauración del periodismo', *Estudios del Mensaje Periodístico*. vol. 9, pp. 301-314.
- Rivas, R. (2009), "El reino de las verduras se digitaliza" [en línea], *El País*, 21-05-2009, consulta 03-03-2014, [http://cultura.elpais.com/cultura/2009/05/21/actualidad/1242856802\\_850215.html](http://cultura.elpais.com/cultura/2009/05/21/actualidad/1242856802_850215.html)
- Roehampton University [Página web], "Ficha personal de Rosalind Coward", Dpto. de Medios de Comunicación, Cultura y Lenguaje, consulta: 07-06-2015 <http://www.roehampton.ac.uk/staff/Rosalind-Coward/>
- Rodríguez, J.C. (s.f.), "Arte Culinario", *Scribd* [Página web], <https://es.scribd.com/doc/92898314/Arte-Culinario-Mundial>
- Rodriguez, E. y Gómez, R. (2003), *Fotoperiodismo y Edición. Historia y límites jurídicos*, Editorial Universitas, Madrid.
- Romero, J. (2011), Dr. Thebussem. *Escritos gastronómicos*, Editorial Renacimiento, Salamanca.
- RNE, "Espacio Cáceres. Capital Española de la Gastronomía" (podcast), consulta: 19-02-2015, <http://www.rtve.es/alacarta/audios/caceres-capital-espanola-de-la-gastronomia-2015/>
- RTVE [Página web], programa "Cocina2", consulta: 06-10-2014, <http://www.rtve.es/alacarta/videos/somos-promos/cocinados-viaje-espana-traves-productos/2459985/>. [Consulta 6-10-2014].
- RTVE [Página web], sección cocina del programa "La Mañana de la 1", consulta: 06-10-2014, <http://www.rtve.es/television/la-manana-de-la-1/saber-cocinar/>



RTVE (2014), "MasterChef bate record de temporada en la gran final" [en línea], 24-07-2014, consulta: 11-02-2015, <http://www.rtve.es/television/20140724/masterchef-bate-record-temporada-gran-final/980500.shtml>.

S.P. (1996), 'Fallece a los 66 años el periodista Xavier Domingo' [en línea], *ABC*, 14-05-1996, consultado: 29-08-2015, <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1996/05/14/053.html>

Sabés, F. y Verón, J.J. (2006), *La eficacia de lo sencillo*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla.

Saco, M. (1972), '¡Don Álvaro Domecq o la fuerza del vino', *Cambio 16*, número 23, 24 de abril, pp. 16-20.

Saco, M. (1972), 'La dulce subvención remolachera'. *Cambio 16*, número 32, 26 de junio, p. 21.

Saco, M. (1972), 'La leche es esto', *Cambio 16*, número 35, 17 de junio, p. 26.

Saco, M. (1973), 'Un lujo barato', *Cambio 16*, número 81, 4 de junio, p. 10.

Sánchez, F. (2010), 'La crítica gastronómica como género periodístico. Rafael García Santos y la Nueva Cocina Vasca', Universidad del País Vasco, Vizcaya.

Sánchez, F. (2010), 'La función didáctica del periodismo gastronómico en Internet', [Página web], Gabinete Comunicación y Educación, consultado: 21-10-2014, <http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/La%20funci%C3%B3n%20did%C3%A1ctica%20del%20Periodismo%20Gastron%C3%B3mico%20en%20Internet.pdf>

Sánchez, F. (2013), *La cocina de la crítica. Historia, Teoría y Práctica de la Crítica Gastronómica como Género Periodístico*, Autoedición, ISBN-10:1494784785.

Sánchez, F. (2007), 'La Columna Gastronómica de Manuel Vázquez Montalbán', *Revista Electrónica de Estudios Filológicos Tonos*, número 17, consultado: 12-01-2014, <http://www.um.es/tonosdigital/znum14/secciones/estudios-24-Gastronomia.htm>

Sea Entomología [Página web], <http://www.sea-entomologia.org>

Serlib (Servicios Electrónicos para el sector del libro) [Página web], "Ignacio Doménech: el cocinero escritor", consulta: 18-11-2014, <http://www.serlib.com/pdflibros/9788497046084.pdf>

Sert, conde de (2007), *El Goloso. Una historia europea de la buena mesa*, Alianza Editorial, Madrid.

Sexta, La (2013), [Página web], "Cocineros españoles por el mundo", 30-12-2013, consulta: 17-10-2014, [http://www.lasexta.com/programas/cocineros-espanoles-mundo\\_2013123000135.html](http://www.lasexta.com/programas/cocineros-espanoles-mundo_2013123000135.html)

Siete Caníbales (08-02-2015), "Una orquesta tocará en París las creaciones de Ferran Adrià" [en línea], 04-06-2009, última consulta: 08-02-2015, <http://www.7canibales.com/una-orquesta-tocara-en-paris-las-creaciones-de-ferran-adria-%E2%80%93-redaccion/>

Simón, C. (1977), *Bibliografía de la Gastronomía Española*, Velázquez Editorial, Madrid.

Simón, C. (2003), *Bibliografía de la Gastronomía y la Alimentación en España*, Trea, Asturias.

Sontang, S. (2008), *Sobre la fotografía*, Random House Mondadori, Barcelona.

'Telefonía sin hilos' (1931) [en línea], *ABC*, 26 de diciembre, consulta: 16-02-2015, <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1931/12/26/034.html>

The Art of Eating [Página web], <http://www.artofeating.com/>

The Food Studies [Página web], Curso Fotografía Gastronómica, Acceso alumnos, múltiples consultas, <http://thefoodiestudies.com/>

The Metropolitan Museum of Art [Página web], "Collection", consulta: 08-06-2015, <http://www.metmuseum.org/collection/the-collection-online/search/286476>

Tirant Editorial [Página web], "Libros escritos por Rodrigo Mestres", consulta: 03-12-2014, <https://tirant.com/editorial/autorList/rodrigo-mestre-7945>

Todolí, V. (2010), 'El gran salto', *Matador*, número Ñ, pp. 16-17.

Ucelay, M. (1951), *Los españoles pintados por sí mismos (1843-1844). Estudio del género costumbrista*, Fondo de Cultura Económica, México.

Universidad Barcelona (UA) [Página web], Archivo, escaletas de EAJI, Radio Barcelona 1940, última consulta 16-02-2015, [https://ddd.uab.cat/pub/guiradbcn/1940/guiradbcn\\_a1940m4d20.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/guiradbcn/1940/guiradbcn_a1940m4d20.pdf)

Universidad Barcelona (UA) [Página web], Archivo, escaletas de EAJI, Radio Barcelona 1940, última consulta 16-02-2015, [https://ddd.uab.cat/pub/guiradbcn/1940/guiradbcn\\_a1940m3d18.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/guiradbcn/1940/guiradbcn_a1940m3d18.pdf)

Universidad Barcelona (UA) [Página web], Archivo, escaletas de EAJI, Radio Barcelona 1940, última consulta 16-02-2015, [https://ddd.uab.cat/pub/guiradbcn/1940/guiradbcn\\_a1940m5d1.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/guiradbcn/1940/guiradbcn_a1940m5d1.pdf)

Vanguardia, La (1931), Hemeroteca Digital [en línea], Sección Programación p. 14, consulta: 16-10-2014, <http://hemeroteca.lavanguardia.com/preview/1931/03/03/pagina-14/33165862/pdf.html>

Vanguardia, La (1932). Hemeroteca Digital [en línea], Sección Programación p. 12, consulta 16-10-2014, <http://hemeroteca.lavanguardia.com/preview/1932/07/10/pagina-12/33191995/pdf.html>

Varela, J.L. (1970), *El costumbrismo romántico*, Editorial Magisterio Español (EMESA) Colección Novelas y cuentos, Madrid.

Vázquez, M. (1963). *Informe sobre la Información*, [en línea], Editorial Leer-e, Colección palabras mayores, edición de 2009, última consulta: 22-04-2016, [https://books.google.es/books?id=bCOszoamD98C&pg=PT9&lpg=PT9&dq=informe+sobre+la+Informaci%C3%B3n+%281963%29+manuel+vazquez+montalban&source=bl&ots=dVZrQVmXcG&sig=YWHVP1BaPsOLeY3f49FKzpNmHRO&hl=es&sa=X&ei=YDdbVdXbL4HdUaG\\_gNgN&ved=0CD8Q6AEwBA#v=onepage&q=informe%20sobre%20la%20Informaci%C3%B3n%20\(1963\)%20manuel%20vazquez%20montalban&f=false](https://books.google.es/books?id=bCOszoamD98C&pg=PT9&lpg=PT9&dq=informe+sobre+la+Informaci%C3%B3n+%281963%29+manuel+vazquez+montalban&source=bl&ots=dVZrQVmXcG&sig=YWHVP1BaPsOLeY3f49FKzpNmHRO&hl=es&sa=X&ei=YDdbVdXbL4HdUaG_gNgN&ved=0CD8Q6AEwBA#v=onepage&q=informe%20sobre%20la%20Informaci%C3%B3n%20(1963)%20manuel%20vazquez%20montalban&f=false)

Vázquez, M. (1997), *Contra los gourmets*, Editorial Mondadori, Barcelona.

Vázquez, M. (2010), *Manuel Vázquez Montalbán. Obra periodística I, 1960-1973. La construcción del columnista*. Edición a cargo de Francesc Salgado, Editorial Debate, Madrid.

Vázquez, M. (2011), *Manuel Vázquez Montalbán. Obra periodística II, 1974-1986. Del humor al desencanto*. Edición a cargo de Francesc Salgado, Editorial Debate, Madrid.

Vázquez, M. (2012), *Manuel Vázquez Montalbán. Obra periodística III, 1987-2003. Las batallas perdidas*. Edición a cargo de Francesc Salgado, Editorial Debate, Madrid.

Vicent, M. (2007), *Comer y beber a mi manera*, Alfaguara, Madrid.

Vicent, M. (2008), "Josep Pla: la boina y la colilla en la boca" [en línea], *Babelia* (El País), 12-07-2008, consulta: 03-12-2014, [http://elpais.com/diario/2008/07/12/babelia/1215819561\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2008/07/12/babelia/1215819561_850215.html)

Vicente, I. (1990), "La cocina en radio 5" [en línea], *El País*, 31-08-1990, consulta: 03-12-2014, [http://elpais.com/diario/1990/08/31/radiotv/652053607\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1990/08/31/radiotv/652053607_850215.html)

Villa, M. J. (2000), 'Una aproximación teórica al periodismo cultural', *Revista Latina de Comunicación Social* 35, Extra Argentina. Consultado: 04-03-2015, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/argentina2000/09villa.htm>

Villegas, A. (2008), *Saber del Sabor*, Editorial Almuzara, Córdoba.

Vinoselección [Página web], <http://www.vinoseleccion.com/>

VV.AA. (2009), *A visual history of cookery*, Black Dog Publishing, London (UK).

VV.AA. (2010), *La cocina en su tinta*, Biblioteca Nacional de España, Catálogo General de Publicaciones Oficiales, Madrid.

VV.AA. (2014), 'La gastronomía en la pequeña pantalla', Trabajo Final Alumnos del Curso Experto en Periodismo Gastronómico y Nutricional, Universidad Complutense de Madrid.

Wikipedia [Página web], "Fonda de Genieys", última consulta: 26-04-2016, [http://es.wikipedia.org/wiki/Fonda\\_de\\_Genieys](http://es.wikipedia.org/wiki/Fonda_de_Genieys)

Wikipedia [Página web], "Historia de la Gastronomía", múltiples consultas, [http://es.wikipedia.org/wiki/Historia\\_de\\_la\\_gastronom%C3%ADa\\_de\\_Espa%C3%B1a](http://es.wikipedia.org/wiki/Historia_de_la_gastronom%C3%ADa_de_Espa%C3%B1a)

Wikipedia [Página web], "Con las manos en la masa", consulta 03-10-2014, [http://es.wikipedia.org/wiki/Con\\_las\\_manos\\_en\\_la\\_masa](http://es.wikipedia.org/wiki/Con_las_manos_en_la_masa)

Wikipedia [Página web], "Karlos Arguiñano", consulta 03-10-2014, [http://es.wikipedia.org/wiki/Karlos\\_Argui%C3%B1ano](http://es.wikipedia.org/wiki/Karlos_Argui%C3%B1ano)

Wikipedia [Página web], "AMC Networks International Iberia", consulta:10-10-2014, [http://es.wikipedia.org/wiki/AMC\\_Networks\\_International\\_Iberia](http://es.wikipedia.org/wiki/AMC_Networks_International_Iberia).

Wikipedia [Página web], "Jilly Goolden", [http://en.wikipedia.org/wiki/Jilly\\_Goolden](http://en.wikipedia.org/wiki/Jilly_Goolden)

Wikipedia [Página web], "Food Revolution", [http://en.wikipedia.org/wiki/Jamie\\_Oliver%27s\\_Food\\_Revolution](http://en.wikipedia.org/wiki/Jamie_Oliver%27s_Food_Revolution)

Wikipedia [Página web], "Fanny Cradock", [http://en.wikipedia.org/wiki/Fanny\\_Cradock](http://en.wikipedia.org/wiki/Fanny_Cradock)

Wikipedia [Página web], "Food Porn", [http://en.wikipedia.org/wiki/Food\\_porn](http://en.wikipedia.org/wiki/Food_porn)

Wikipedia [Página web], "Arquestrato", <http://es.wikipedia.org/wiki/Arquestrato>

Wilson, L. (s.f.), *Hippocrates of Cos* en *Hipócrates de Cos (s. V-IV a.C.)* y *Claudio Galeno (s. II a.C.)*. Clásicos de Historia de la Ciencia, Real Academia de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales. Fac. CC Químicas, UCM, (Sig L5/6(091)REA).

## ANEXOS

El anexo de la presente tesis doctoral se encuentra en el soporte CD que acompaña el trabajo.

